

ECONOMIA IMMOBILIARE

2° SEMESTRE 2007

Il tempo delle turbolenze



Credo che nulla definisca meglio il secondo semestre immobiliare del 2007 del titolo di un Seminario che – organizzato dall'IEIF, Institut de l'épargne immobilière & foncière – si svolgerà a Parigi il prossimo gennaio: “Le temps des turbulences”. Gli esperti coinvolti nel Panel faranno il

punto, in particolare, sul sistema dei Fondi, sempre più luogo di convergenza del paradigma “Real Estate & Finance”.

Non è certo questo il primo incontro sul tema della turbolenza..... In un anno (era il 1991) in cui nel mercato immobiliare tutto sembrava andare ancora molto bene l'AICI – Associazione Italiana Consulenti e Gestori Immobiliari – organizzava a Bari un Workshop (che ancora in molti ricordano), intitolato “Analisi previsionale e gestione delle turbolenze nei cicli immobiliari”. AICI coglieva un segnale in quel momento “debole”, ma destinato – come tutti ben ricordiamo – a prendere forza negli anni successivi, caratterizzati da un “ciclo negativo” che si prolungò sino alla fine del 1997.

Nel 1991 la “coppia” immobiliare e finanza muoveva i primi passi, i Fondi Immobiliari non erano ancora nati, il mercato era locale; e Tangentopoli, con tutti suoi strascichi, sarebbe “scoppiata” l'anno successivo.

Sappiamo tutti che, dal 1997, il mercato è bello, intenso e frizzante. E sempre più caratterizzato dal connubio “immobiliare e finanza”.

Ha dato grandi soddisfazioni a operatori e investitori, grandi e piccoli.

Ma, nel frattempo, il mercato – nel frattempo divenuto “industria” – si è anche dilatato, assumendo nuovi schemi e proporzioni sempre più globali. Con sempre più finanza a reggerne fili e destini. Sino alla crisi – con relative paure – dei sub-prime.

Ma il mercato non si può fermare. Può rallentare, ma poi non può non riprendersi.

Tutto ciò richiede però un “controllo previsionale” sempre più accurato; ed è questa un'attività sempre

più complessa e complicata. Se quindici anni fa bastava forse “fare più attenzione”, oggi occorrono antenne drittissime e grandi e costosi investimenti in conoscenza.

Ecco allora che le Accademie, gli Uffici Studi, e anche le Associazioni assumono un ruolo ancor più strategico.

Anche la Stampa, però, deve fare la sua parte. Ed è indiscutibile che, almeno nel nostro Paese, di progressi su questo fronte se ne sono fatti parecchi. Immodestamente, nel processo di conoscenza del Real Estate, Economia Immobiliare (testata registrata proprio nel 1991) ha svolto un ruolo significativo. Accanto a servizi di taglio prettamente giornalistico, il presente numero di Economia Immobiliare contiene alcuni contributi scientifici importanti. Presenta un panorama dall'estero di prima mano (niente “relata refero”, tutti i testi derivano da visite o permanenze sul posto); e report di manifestazioni che hanno avuto luogo nel semestre. Anche qui, si tratta di Fiere, Convegni etc vissuti in prima persona. Mancano, ovviamente, molti incontri che certo meritavano di essere raccontati (EI non ha pretesa di esaustività, né ciò sarebbe possibile). Per questi, almeno una citazione però si impone, e riguarda “Urbanpromo”, evento di marketing urbano e territoriale che si è svolto a Venezia a fine novembre. La ricchezza dei suoi contenuti è stata oggetto di una pubblicazione ad hoc e quindi a essa rimando.

Torniamo a Economia Immobiliare. Per quanto riguarda la sezione “Ritratti”, la selezione deriva solo da una libera scelta redazionale: tutti i progetti hanno specifiche caratteristiche di eccellenza o di originalità. Gli Autori delle iniziative qui pubblicate scopriranno di “esserci” leggendo la rivista.

Economia Immobiliare presenta infine una sorta di “commistione” di scrittura italiana e inglese. È assolutamente voluta. Sono infatti sicura che tutti i lettori hanno oggi, con il linguaggio internazionale dell'immobiliare, gran dimestichezza. Nel 1991 ben pochi sapevano cosa questa strana parola, Real Estate, volesse dire. Ora fa parte della normale titolistica.

Buona Lettura!

Paola G. Lughini
Direttore Responsabile

Economia Immobiliare

n.° 34 - secondo semestre 2007

Direttore Responsabile :

Paola G. Lunghini (PGL) – E-mail paola.lunghini@mclink.it – Tel. 02.72529.611

Redazione: via Nerino 5, 20123 Milano

Tel. 02.72529.555 – Fax 02.8645.2597 – E-mail: internews@reddysgroup.com

Comitato Scientifico:

Angela Airoidi, Sandro Balducci, Stefano Stanzani, Oliviero Tronconi, Uberto Visconti di Massino.

Chiuso in redazione il 7 dicembre 2007

In redazione:

Luca Fantin, Annamaria Liggeri, Lorenzo Taini, Roberto Vallini

Hanno collaborato Oliviero Tronconi e Marzia Morena, Politecnico di Milano Dipartimento BEST

Aakruti Group, Colonial First State Global Asset Management, Davide Cirelli (Vivaldi Real Estate), Manuela Frésard

Si ringraziano gli Uffici Stampa delle aziende citate e in particolare AICA, CoreNet Global, GMPR Group, Nexity, Scenari Immobiliari, Sonae Serra. Si ringraziano tutte le Fonti non citate.

Credits fotografici:

Aakruti Group, Giampietro Agostini fotografo, Salem Ahmed Almoosa, Gruppo Antonelli, AREL, Gruppo BTicino e EasiGroup, Davide Cirelli (Vivaldi Real Estate), Luke Tchalenko for CoreNet Global, Real Estate Publishers-REP, EPIC, Gruppo Doronzo, Europa Risorse, EXPO REAL, Manuela Frésard, Grand, Gruppo Margheri, Lorenza Mercuri fotografa, Reed Midem, NEO, Gruppo Norman, PR.IM, Gruppo Scarpellini, Sonae Sierra, Tameer, ULI Italy.

Archivio by Internews.

Proprietà by Internews srl, via Nerino 5, 20123 Milano. Fotocomposizione by Internews srl. Stampa: Fava Centrostampa srl, Milano.

Economia Immobiliare è una pubblicazione semestrale registrata al Tribunale di Milano in data 16.2.91 con n. 92.

Un numero: Euro 60,00

Abbonamento annuale per il 2008 (2 numeri): Euro 100,00 (IVA assolta dall'Editore a norma dell'art. 74/c del DPR n. 633/1972 e successive modificazioni). Scheda a pag. 109.

Tutti i diritti riservati. Nessuna parte di Economia Immobiliare può essere riprodotta, memorizzata in un sistema di ricerca automatica, trasmessa in qualsiasi forma o tramite qualsiasi supporto – elettronico, meccanico, fotocopiatura, registrazione o altro – senza l'autorizzazione scritta dell'Editore. Le citazioni sono consentite per uso giornalistico purché venga fatta precisa menzione della fonte.

SOMMARIO

Editoriale

Il tempo delle turbolenze 1

Esteri

Viaggio a Dubai 4

Viaggio a Riga 20

Viaggio in India 26

Viaggio a Ulan Bataar, Mongolia 32

Viaggio a Beijing, Pechino 36

Viaggio in Australia 40

Reportages

MAPIC a Cannes 48

EXPO REAL a Monaco 56

Rapporto da EPIC 66

CoreNet Global a Londra 74

Studi e Ricerche

I francesi, i sindaci e il problema della casa 80

Focus sull' "Housing Universitario" 84

Real Estate e PMI 92

Sustainability, con BTicino 102

ULI: New stadiums a new business 106

Scenari Immobiliari e la Toscana 110

AICA e gli alberghi in Italia 112

Ritratti

Sonae Serra: un'apertura 114

Sonae Serra: un progetto 118

Arte al 'Maciachini Center' 122

"Park Anagni" di ProLogis 125

Il "Palais Liegi" a Roma 126

"BariUno": autosufficienza energetica 128

Inaugurato il "Gran Sasso" 130

Meravigliarsi a "CIMA" 132

"Nevskij City" a San Pietroburgo 136

Lifestyle

News dalle Ladies di AREL 138



Viaggio in Mongolia, pag. 32



Reportage da Dubai, pag. 4



EPIC, a pag. 66



Mapic, pag. 48



Expo Real, pag. 56

Viaggio a Dubai

PREMESSA

“Sun, Sea and Shopping (and perhaps Sustainability)”. Cominciava così la mia cronaca su Cityscape scritta, quasi di getto e immediatamente, al ritorno dalla grande Fiera del Real Estate che avevo visitato a metà ottobre a Dubai.

Cronaca subito passata sul sito www.internews.biz che, quotidianamente, supporta Economia Immobiliare.

Al titolo aggiungevo: «quando, sino a pochi mesi orsono leggevo di Cityscape definita come la più grande esposizione immobiliare del mondo, la mia reazione era Figuriamoci.

Dopo che – per la prima volta – ci sono andata, devo ammettere che è tutto vero».

La grandiosità di Dubai, a distanza di poche settimane, non ha in me perso nulla, anzi; il mate-

riale fotografico elaborato al rientro ha ulteriormente rinsaldato il ricordo.

Ecco perché voglio integrare qui, con alcune altre note e informazioni, l'emozione di quel viaggio.

Degli Emirati Arabi Uniti si è detto e scritto di tutto e di più : ossimoro e miraggio, paradiso del lusso per “paperoni” arabi (e non solo), luogo di svago e business, incontro ideale tra New York e Tokyo per manager e merci. Ma soprattutto development immobiliari di dimensione fantastica e proporzioni grandiose. Opere di ingegneria avveniristiche o “romantiche” con pochi paragoni. Se ne era avuta prova – negli ultimi anni – visitando le più importanti manifestazioni immobiliari internazionali: al MIPIM di Cannes e all'Expo Real, a Monaco, i progetti luccicanti e



Uno skyline già famoso

fantasmagorici proposti dagli espositori degli Emirati erano sempre più al centro dell'attenzione dei visitatori.

E in pochi anni si aveva sempre più notizia di iniziative sempre più gigantesche e lussuose. Molti operatori (e turisti) raccontavano, al ritorno dalle loro visite sul posto, cose alle nostre orecchie quasi incredibili.

A Expo Italia Real Estate, il Salone immobiliare che si è svolto nello scorso maggio a Milano, per la prima volta alcuni tra i maggiori developer immobiliari degli Emirati si erano presentati – con lo sfarzo che li contraddistingue – all'attacco del promettente mercato italiano.

Dubai Properties aveva offerto tutte le informazioni sui propri progetti in corso: Business Bay, Culture Village, Jumeirah Beach Residence, The Villas e Tijara Town, iniziative a uso misto e di differente lifestyle,

Al Fajer Properties, una sussidiaria di Al Fajer Enterprises che ha inaugurato le Jumeirah Business Center Towers 1, 2, 3, 4 e 5, registrando uno straordinario record di vendite, proponeva il lancio della torre Jumeirah Business Center 6. A Milano si presentava anche Damac Properties, che fa parte di Damac Holding, ed è tra i maggiori sviluppatori in UAE. La Società si sta espandendo rapidamente nel Nord Africa, Giordania, Libano, Qatar, e nell'Estremo Oriente: il portafoglio si aggira attorno a 30 miliardi di dollari americani.

Anche l'Emirato di Ras Al Khaimah (RAK) diventava un nome familiare come destinazione di business, investimento e turismo, in particolare con la property development company Rakeen. Ma nulla di tutto ciò poteva davvero lasciar immaginare cosa avrei "trovato" sul posto. Dove la realtà supera davvero la fantasia.

CITYSCAPE : NUMERI GRANDIOSI

Innanzitutto il Salone si estende su una superficie dichiarata di 70 mila metri quadrati, + 15 mila rispetto al 2006. Non so se siano proprio



La Burj Dubai

70 mila, ma di certo il Dubai International Exhibition Centre, che ospita la manifestazione, è immenso. Immaginate due infinite elegantissime Hall lastricate di marmo su cui affacciano le Sale Convegni, molti Foyer occupati da mega – espositori, e tutti i servizi (business centre, ristorazione, negozi, prayer rooms, etc).

Le Hall sono collegate tra loro da un lunghissimo maxi-Padiglione (non so come altro definirlo) che contiene otto sub-Padiglioni tra loro interconnessi.

In questo spazio pazzo (e anche, occorre dire, piuttosto "incasinato") si trovavano la maggior parte degli

stand, oltre 500, per oltre un migliaio di espositori. Spannometricamente, l'80% provenivano da Dubai stessa, dagli altri sei Emirati della UAE (Abu Dhabi in primis) e in generale dalla regione araba; ma molte e per certi versi "strane" (Australia, Singapore, USA...) erano anche le presenze di developer internazionali.

Tra gli exhibitor la parte del leone la facevano gli sviluppatori locali. Ma innumerevoli erano anche i service provider – questi ultimi quasi tutti esteri –, dalle società di ingegneria/architettura, a quelle della tecnologia, sia informatica che dei materiali. Immane, i chartered surveyors inglesi e i network americani.

Unica azienda presente come exhibitor, dall'Italia, è stata Aedes. C'era anche un "altro" stand italiano (ma facente capo a una società basata a Dubai), che si chiama Best Italian Interior Design.

Presenti anche, forse e probabilmente, i rappresentanti di alcune società di intermediazione immobiliare attive nel settore residenziale e specializzate nel canale Italia / Dubai (ad esempio la società romana Volpes) che però non sono in grado di riconoscere perchè non li conosco proprio. O meglio, Volpes Jr (Vicepresidente del Gruppo) l'ho incontrato, ma una volta sola tempo fa e non rammento ...mi spiace il suo aspetto.

Ho invece incontrato con piacere Silvia Ferrero (BNL Fondi Immobiliari) e l'architetto Jacopo



A sinistra, presente e futuro.
Sopra, particolare del CBD

Della Fontana, ben noti entrambi nella nostra Real Estate Community.

Nei tre giorni il Salone (arricchito da una raffica di Conferenze con centinaia di Relatori tra cui spiccavano il celebre Tom Barrack, fondatore e patron della Colony Capital, e l'archistar Zaha Hadid) è stato visitato da circa 45 mila persone, provenienti da 120 Paesi. Secondo me, però, i visitatori sono stati anche più numerosi: forse 50 mila.....

Nel primo caso fa +28% rispetto alla edizione del 2006. E il doppio delle presenze rispetto al 2005 (Cityscape è nato nel 2002, e i partecipanti erano stati allora meno di un migliaio).

Oltre 800 erano i giornalisti accreditati e tra essi ho incontrato diversi colleghi e amici della stampa internazionale.

I dati conclusivi – lo segnalo, anche se mi spiace dirlo – non sono mai pervenuti, e questa è senza dubbio una carenza dell'Ufficio Stampa, sot-

todimensionato e troppo sotto pressione.

Visitare Cityscape significa chilometri e chilometri ogni giorno; e tanta gente da far venire, nonostante l'ambiente spazioso e ben condizionato (fuori, 35 gradi con umidità 70%: siamo al Tropico del Cancro, c'è il sole tutto l'anno), mal di testa.

Insomma, una faticaccia – clima a parte – anche più di EXPO REAL, MIPIM o anche Expo Italia Real Estate. E, a differenza dei Saloni della nostra cara vecchia Europa, pochissimi erano i luoghi "dotati" di cibarie (anche solo tartine, per carità!).

Al massimo, datteri. Buoni, per carità!, ma valutate voi se da questo point of view Cannes o Monaco sono meglio o no.

Da nessuna parte, ovviamente, si poteva avere un goccio di birra o di spumantino.

Mi ha stupito la presenza, al Salone, di moltissime signore. La maggior parte vestivano all'occi-



I grattacieli del Downtown



Futuro
e Presente



dentale, spesso in tailleur pantalone e con accessori – of course – griffatissimi.

Ma molte indossavano, velate, l'abito tradizionale: nero e lungo sino a terra. Spesso fruscianti, spesso decorato con scintillanti ricami e perline, sempre comunque di grande eleganza.

Sempre accompagnato da sandali (spesso dorati) con tacchi a stiletto.

Ho visto anche molte donne in burka, spesso completato da griffatissimi occhiali da sole. Scuri.

Un po' shocking, devo ammettere.

PROGETTI MEGAGALATTICI E SUPERFANTASIOSI

Non può che strappare ammirazione la profusione di plastici – spesso stupendi, a volte smisurati e sempre luccicosi – che già da soli esprimono lo sviluppo davvero incredibile, anche sot-

to il profilo architettonico, che quest'area del mondo ha saputo in pochissimi anni imprimere al Real Estate.

Siam passati, in neppure un decennio, dal nulla assoluto al più straordinario "ombelico" del mondo.

Allora, gli stand io li ho visti praticamente tutti, e in molti mi ci sono anche soffermata. Le residenze, che si trovino in Tower o in villa, a Dubai o in Egitto, costituiscono la maggior parte dell'offerta di Cityscape. Ma ovviamente ci sono gli uffici, gli Shopping Centres, il leisure e l'hotellerie.

Le grandissime holding le conosciamo anche qui ma, a fianco di Emaar, Nakheel, Damac, Al Fajer, etc, ho incontrato una molteplicità di nomi destinati a diventar forse presto noti anche da noi: Aldar, Aquaba, Grand, Quatari Diar, Sara-ya, Tameer, Tanmiyat

Impossibile fare una stima dei deals annunciati



I lavori della metropolitana modificano il "paesaggio"

durante il Salone, anche perché è abbastanza difficile capire il “peso” effettivo (leggi fatturato) di queste società di development, intrecciate come sono con i poteri locali, spesso vere e proprie holding governative: non ho visto in giro nessun prospetto societario, o uno straccio di bilancio o di trimestrale .

È anche difficile capire qualcosa di preciso circa i prezzi (la risposta è quasi sempre “dipende”) perché di materiale cartaceo non ne vien distribuito molto. “A che serve il depliant?” mi è stato detto a uno stand “Quella Tower lì (esposta in rendering su schermo al plasma, ndr) l’abbiamo venduta un’ora dopo l’apertura della Fiera”.....

Impossibile tentare una descrizione, o una classificazione, dei progetti presentati a Cityscape (e che ho visto sorgere in città). Le foto che corredano queste pagine danno solo una pallidissima idea di Dubai, degli altri Emirati che compongono la UAE, e degli altri Stati circostanti.

Nelle didascalie delle foto, comunque, si leggono i nomi dei complessi, e anche dei developer. Non posso, però, non citare quello che è forse il più immaginifico dei progetti di questa parte della Terra: “Falcon City”, un luogo da fantasyland disneyana dove le residenze appaiono circondate da building per shopping & leisure in

forma delle meraviglie del mondo. Troviamo così edifici modellati sulla Tour Eiffel, il Big Ben, il Colosseo, le Piramidi egizie, la Grande Muraglia cinese.... insieme ai giardini pensili di Babilonia e a un angolo di Venezia: con tanto di canali percorsi da gondole....

Comunque la si pensi, una cosa è certa: il promo dell’iniziativa è – per questa tipologia di filmati – la cosa più bella che io abbia mai visto in tanti anni di mestiere e di viaggi.

UN MERCATO NATO APPENA IERI

Ciò che importa, ed è sufficiente da sapere, è che gli immobili – in particolare gli appartamenti – sono liberamente acquistabili dagli stranieri senza necessità di partner locali, e che il freehold, con relativa iscrizione ai Registri, è stato introdotto già nel 2003.

È questa, dunque, la data di inizio del boom di Dubai che, nonostante non pochi “Dubai-scetici”, non sembra vedere fine. Gli esperti ritengono che entro il 2007 saranno completate almeno 70 mila residenze. Circa 40 mila saranno terminate nel 2008, e oltre 70 mila nel 2009, per colmare un fabbisogno che, al 2012, è previsto in oltre 500 mila unità: la popolazione infatti



La “Vela”: Burj Al Arab



Un albergo famosissimo

crece al ritmo di due cifre all'anno. Senza contare i turisti "stanziali" e le loro seconde case, Dubai oggi vanta circa 1,4 milioni di residenti, cui si aggiunge almeno un altro paio di milioni di lavoratori temporanei di media e alta gamma. Con stipendi in proporzione.

Moltissimi sono gli indiani e i persiani (sì, persiani, perché uscirono dal Paese già ai tempi in cui il Paese ancora così si chiamava, preoccupati del cambiamento che avrebbe portato alla cacciata dell'Imperatore).

Dominano – tra gli occidentali – gli inglesi e i tedeschi.

La comunità italiana "permanente", composta di circa 1.500 persone, pare si trovi benone. Ed è in rapida crescita.

Ci sono anche, ma non rientrano nella demografia ufficiale, alcune centinaia di migliaia di workers: addetti al settore delle costruzioni in particolare, provenienti dai vicini Paesi dell'Africa, del medio e dall'estremo Oriente e in generale da tutto il Sud (quello "povero") del mondo. Che lavorano 12 ore al giorno (Dubai va a H24), dormono nelle baracche dei cantieri, respirano polveri e smog, ma guadagnano apparentemente felici 100-150 dollari al mese. Tutti da rimettere a casa, in qualche anno nei loro luoghi di provenienza ciò li renderà abbienti. Una manifestazione di alcune migliaia di insoddisfatti, proclamata a novembre, si è conclusa in poche ore con l'immediata espulsione degli scioperanti.

Non è un problema, ci sono legioni di aspiranti workers pronti a prenderne il posto.

Difficile credere che, alla fine degli anni sessanta, vivessero nell'Emirato solo 60 mila persone, divenute 250 mila alla fine dei '70.

E ADESSO VIENE IL BELLO

Sono arrivati nel 2006 a Dubai circa otto milioni di turisti, quasi tutti scesi all'aeroporto internazionale: che è uno Shopping Centre in ampliamento. Si sta costruendo infatti un altro aeroporto a molte piste e il sistema – unito a quello di Abu Dhabi, che è poco distante – dovrebbe condurre, entro il 2020, alla folle ci-



L'imponente Hotel Fairmont

fra di 70 milioni di passeggeri all'anno.

Si prospetta, al 2012, il raddoppio delle presenze turistiche: significa un fabbisogno di almeno cento nuovi alberghi a 4 e 5 stelle (oggi il coefficiente di occupazione ufficialmente dichiarato sta fra l' 85 e il 90% a seconda dei mesi, ma la permanenza è bassa, mediamente due notti e mezzo. Si cerca perciò di incrementarla con tutte le attrazioni possibili).

Attenzione, qui gli alberghi sono "monstre", hanno molte centinaia di stanze e decine di facilities. Un solo esempio: il "Grand Hyatt", categoria "lusso sfrenato" a pochi minuti dall'aeroporto, ha 670 camere, 14 ristoranti e tre piscine. La doppia costa circa 400 euro, neanche tanto.... se guardiamo a Milano, Roma o Venezia.

Tra gli alberghi in costruzione, non posso non citare l'Armani, che sarà nella ormai celeberrima Burj Dubai, Torre multifunzionale che sventerà, forse, a 800 metri di altezza: è già lì a quasi 600 metri nonostante alcuni forse voluti rallentamenti nel processo costruttivo (l'altezza definitiva è, pare, uno dei segreti meglio custoditi del mondo); e il Palazzo Versace, che sta sorgendo nei pressi del Creek, cioè il fiumiciattolo che sta all'origine della città. Qui infatti stava quel villag-



Giochi d'acqua in una piazza



A sinistra, grattacieli e palme.
Sopra, l'ingresso alla Fiera

gio di pescatori di perle, e di mercanti diretti ai vicini territori dominati dagli inglesi, che si seppe trasformare in "tax free zone" già ai primi dell'800, iniziando una tradizione che, razionalizzata e attualizzata (non solo free zone, ma anche il Financial District, dove avrà sede tra l'altro la nuova Borsa) dura tuttora.

IL RUOLO DELLE COSTRUZIONI

Dubai è oggi di fatto niente altro che una incredibile autostrada a 12 corsie lunga alcune decine di chilometri che inizia all'aeroporto e si dirige verso Abu Dhabi, da cui si dipartono alcune altre superstrade che raggiungono il mare caldo e blu, con le celebrate spiagge di sabbia bianca che guardano lontano all'Iran, e altri centri di sviluppo in mezzo all'ex-deserto.

All'inizio del percorso si trova l'eredità minima – ma oggi oggetto di conservazione – del passato. Poi incominciano le foreste di grattacieli di tutte le suggestioni architettoniche possibili, 30, 40, 50 piani.

Infiniti.

Sostanzialmente il CBD.

Si arriva infine a Dubai Marina, altre decine e decine di torri che strappano un fazzoletto di vista sul mare: sino a tre/quattro anni fa non esistevano.

Lasciando sulla sinistra della Highway i palazzi degli sceicchi (immersi in un prezioso verde continuo che in città manca quasi ovunque) si giunge al landmark per eccellenza, quella Burj Al Arab (la metto al femminile perchè Burj vuol dire Torre, ndr) che –

inaugurata nel 2000 – divenne immediatamente uno dei più famosi alberghi del mondo: una "vela" a sette stelle, di quasi trecento metri di altezza.

Attorno, tutto attorno a ciò, sono sorti i templi dello shopping.

E sono Centri Commerciali da 300 negozi, dove si trovano tutte le griffe della terra, tutti i prodotti del lusso, tutto ciò che il denaro – purchè tanto – può comprare.

E ci sono i campi da golf (mi pare siano al momento sette, ma altrettanti sono in pipeline), le sport facilities (tutti gli sport possibili sono rappresentati alla grandissima), le Disneyland locali per i numerosissimi bambini. E c'è pure molta night-life.....

Non ci sono ferrovie ma, nel 2009, sarà pronta la metropolitana : 70 chilometri, 49 Stazioni, nel Consorzio che la sta costruendo c'è l'italiana Rizzani De Eccher.

Nonostante la città sia un unico (e ahimè rumorosissimo) cantiere, non si vede una cartina per terra, nessuno passa con il semaforo rosso, e la microcriminalità pare non esista.

Lo Sciecco (si veda sotto) su questi aspetti è inflessibile.

Se qualcuno queste basilari regole di convivenza non le rispetta, sono guai.

Tutti parlano l'inglese, e anche la segnaletica e tutti i servizi sono ovunque in doppia lingua. La sensazione – per l'occidentale – è di grande sicurezza e amichevole protezione.

Siamo in territorio arabo, ma solo fisicamente. In realtà siamo in uno dei luoghi più internazionali e confortevoli della Terra.

IL RUOLO DELLA DINASTIA

Come sia potuto succedere tutto questo, nonostante le ben note motivazioni e spiegazioni geo-politico-economiche (petrodollari, gas, commerci, il tutto in un Paese di grande tolleranza e di pace assoluta ai limiti della maggior polveriera del mondo) resta un bel mistero. Che un nome però l'ha, e si chiama Al Maktoum, cioè la dinastia che dai primi dell'800 governa Dubai.

La famiglia, che vanta tra gli altri lo Sceicco Zayed, l'“architetto” che seppe costruire nel 1971 la UAE, vede dal gennaio 2006 come Ruler (nonchè Primo Ministro e Vicepresidente della UAE) Sua Altezza Reale lo Sceicco Mohammed bin Rashid Al Maktoum.

“Sheikh Mo” – come lo chiamano affettuosamente a Dubai sia gli expats che i sudditi – è un uomo di media statura e di piacevole aspetto, barba nerissima, naso importante e occhi fiammeggianti.

Sono piuttosto precisa nella descrizione perchè lo Sceicco mi è passato a fianco tre volte nel giro di mezz'ora il giorno 17 ottobre – mentre entrambi visitavamo la Fiera.

Oddio, è meglio che faccia una precisazione.

“Io” visitavo la Fiera per conto mio, lui la visita stando al centro di una coorte composta di almeno cinquanta dignitari/guardie del corpo biancovestiti (lui la veste tradizionale – che si chiama dishdasha, o kandhura, non sono riuscita a capire la differenza tra le due – l'aveva gial-



A sinistra lo Sceicco “Ruler”

lo oro, con molti ricami) che “spazzavano via” la gente normale, come me, dal percorso di HIG Highness.

Il risultato però non cambia, mi è passato a fianco tre volte e quindi la curiosità tipica del mio mestiere mi ha condotto a saperne il più possibile.

Sheikh Mo, al di là del ruolo politico che ricopre da molto tempo (è Crown Prince dal 1995 e responsabile della politica estera di Dubai già dalla crisi arabo-israeliana del '73), è soprattutto un business man, e regge l'emirato come egli fosse il CEO di una holding. È un decisionista, e ogni suo progetto è legge. È lui che fa e disfa, ma è un illuminato. Quando

decide di fare una cosa, la si deve dunque fare e subito, perchè è giusto farla; e bisogna farla bene, altrimenti lo Sceicco si innervosisce e, mi dicono, non è prudente farlo innervosire.

A lui si deve lo sviluppo anche immobiliare del Paese, e pure la creazione della Compagnia aerea Emirates (il cui Presidente è il fratello minore dello Sceicco Ruler. Un altro fratello è Ministro dell'Economia), che in pochi anni ha conquistato il podio tra le migliori del mondo.

Qualche anno fa Sheikh Mo dichiarò che “Dubai non ha bisogno di investitori, sono gli investitori che hanno bisogno di Dubai”.

Educato in Inghilterra of course, ha imparato l'arte della guerra nella British Army. È pilota e poeta. Appassionato di falconeria e di equitazione (che ha trasformato in un business, con una stable che è tra le più famose del mondo), si dice possieda settecento cavalli.

Ha 56 anni. Guida personalmente le sue auto e,



Sopra, l'ingresso a Cityscape. A destra, una Hall della Fiera





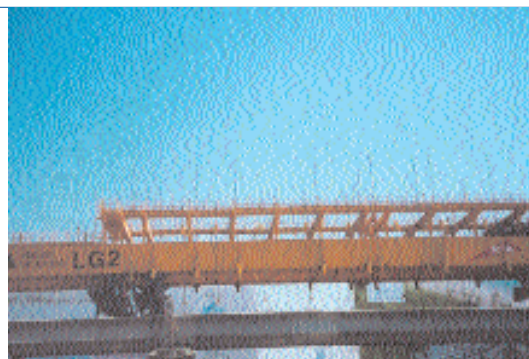
in Fiera, ci è venuto con una Mercedes SUV nera classe GL, e non con la classica Mercedes bianca da cerimonia: le sue auto sono caratterizzate dalla targa Dubai 1.

È sensibile alle tematiche ambientali (su questo argomento anche i Paesi della UAE stanno cominciando a dire la loro, e non solo in molteplici Convegni di Cityscape. L'inquinamento è pesantissimo, l'aria spesso irrespirabile, il traffico – in occasione delle innumerevoli fiere che si susseguono settimanalmente – tremendo, gli edifici sono illuminati di notte alla maniera di Manhattan, il condizionamento non è un optional ma un necessità di vita, e così via. Occorrono provvedimenti, e subito).

Ha un carisma leggendario, adora la sovraesposizione mediatica, ed è molto amato.

Sheikh Mo è un uomo davvero molto importante, e non solo nella sua piccola ma importante terra. Se vorrà venire a Milano – magari per Expo Italia Real Estate, a giugno 2008 – sarà un vero piacere riceverlo come si conviene. Magari potrà dare ai nostri governanti anche qualche buon consiglio in materia di sviluppo e competitività.

(PGL)



In alto, si "fa" la metropolitana. Sotto, il cantiere della Burj Dubai



Romano Prodi saluta Sheikh Mohammed, durante la visita del Premier italiano a Dubai (novembre 2007).

In questa pagina, alcuni progetti fantastici in corso: Al Salam City.





vestment Group. Today, the firm's investment portfolio in the market totals over AED 150 billion.

AlSalam City- Umm Al Quwain

AlSalam City is a masterpiece of modern planning and a vision of the way all cities should be. The city has luxury villas, apartments, malls and shops, restaurants, mosques, schools, hotels, parks, office towers, cinemas, wide-ranging sports, a golf course, cultural and entertainment centers and parks, and a major, international

PROGETTI DI TAMEER NELLA UAE

Committed to building homes, Tameer delivers real estate projects that define the quintessence of comfortable living. Tameer was established in 1991 engaging in miscellaneous business activities. In 2002 the establishment decided to concentrate solely on the real estate sector shortly before forming a strategic partnership with Al-Rajhi In-



In questa pagina, alcuni progetti fantastici in corso. A destra Omar Ayesh, a capo del gruppo TAMEER. A sinistra, il logo del developer





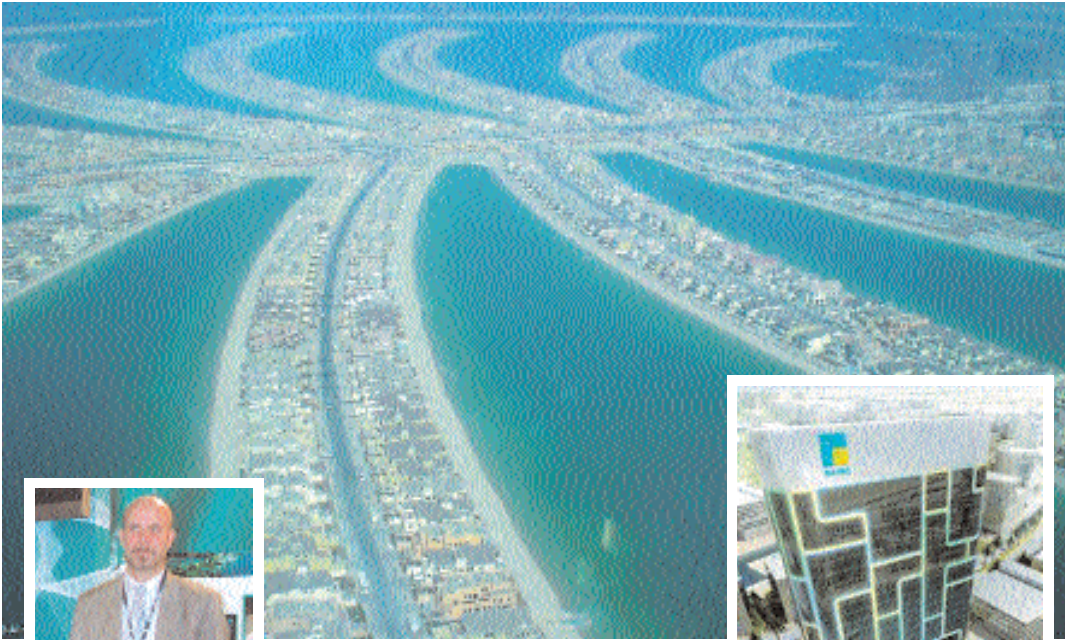
Un nuovo progetto visto dall'elicottero (le foto sono di Ronald Eldward courtesy of Real Estate Publishers-REP)



Alcuni splendidi stand in Fiera



A sinistra Mohammad Shuaib,
Chairman del gruppo GRAND.
A destra, Sami Al Bader,
Ceo del gruppo GRAND.
Qui sopra il logo del developer.



Ronald Eldward, l'autore
delle foto dall'alto



L'ormai famoso "I Pod"



Le Palme e il Mondo (the Palm e the World) in costruzione, visto dall'elicottero (le foto sono di Ronald Eldward courtesy of Real Estate Publishers-REP)



downtown district that will be home to one of the largest malls in the UAE

Emirates Modern Industrial Area- Umm Al Quwain

Emirates Modern Industrial Area is the ideal choice for the successful investor, offering a one-stop location which combines commercial and industrial areas with residential capacity

The Regal Tower- Business Bay

Regal Tower at Business Bay is an ideal setting at the heart of Dubai's business community, with a variety of office spaces. 32 floors, 258 units, 1 recreation floor and 3 basement levels. Retail and commercial outlet

The Silver Tower- Business Bay

The Silver Tower is a freehold office tower that is located in the Business Bay and stands tall all the water front exit of Business Bay with unri-

valued views of lake and city. Consists of 34 floors (2 Basement + G + 31 Storey office Tower). 260 offices. It is a total of 27 floors + 4 parking lots to fit 793 cars Land area 56960 sq.ft. Total Built Up area: 726,742 ft². Height 147.5M (Top of feature).

Platinum Towers- Business Bay

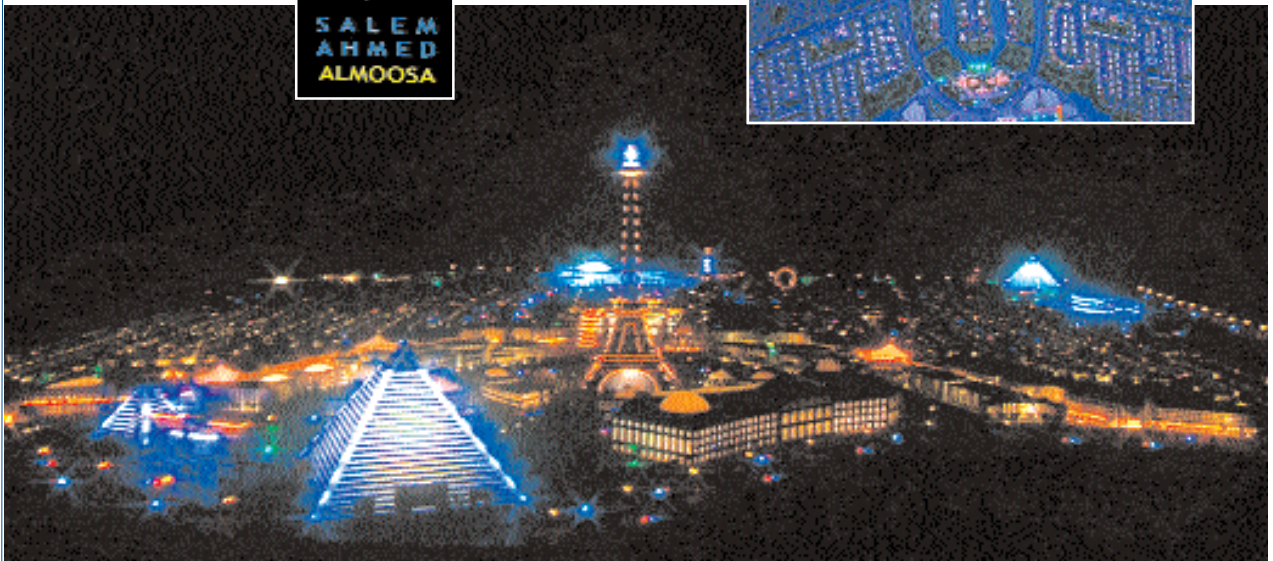
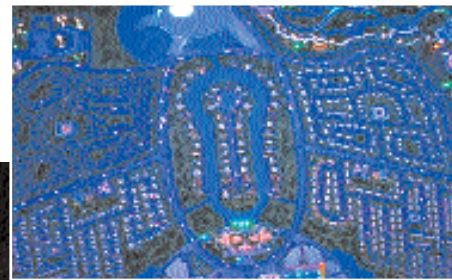
It consists of 2 adjacent towers and will be located in the heart of Business Bay. As the name already reflects, it will be very modern and will project a specific level of luxury. 1 residential tower – 24 floors. 1 office tower – 26 floors. 984 car space available. Five star hotel of over 180 rooms

The Imperial Residence- Dubai

This new residential tower located at Jumeirah Village South overlooking the Al Khail Road and the Emirate Road Located in the Jumeirah Village, (a development that will feature 2000



In questa pagina alcune immagini di Falcon City, e a sinistra il logo del developer



spaciously constructed villas and townhouses and include an exceptional array of amenities and services). The Imperial Residence's design, reflects a past era where class and creativity in design was paramount, while still providing all the functional assets needed for modern living in a thriving metropolis.' Includes 569 residential units in a variety of studio, 1, 2 and 3 bedroom apartments. Include a twin tower structure that will comprise of 28 floors that rise from a 4-storey podium spread over 1 million sq ft.

The Princess Tower- Dubai

Princess Tower is the one of the world's tallest residential tower, a fitting companion for such wonders as the Burj Al Arab, Madinat and the Palm Jumeirah. 107 floors and 414 meters high, Princess Tower offers a choice of stunning 1,2,3 bedroom apartments, 4 bedroom penthouses, duplex apartments and a villa.

Elite Residence- Dubai

One of the Middle East's most exclusive and desirable addresses, the Elite Residence provides stunning 1 and 2 bedroom apartments, 3 and 4 bedroom penthouses and a villa. It offers the last word in luxury, elegance and service to the discerning few. 91 floors and 380 meters high, the Elite Residence is home to 695 apartments, penthouses and a villa, all designed and fitted to the very highest standards of design and construction.

Tameer Towers & Shams Abu Dhabi (Abu Dhabi)

Tameer Holding and Sorouh Real Estate have entered into a strategic partnership by signing a Memorandum Of Understanding (MOU) to establish a joint venture company to develop six towers of the Gate District and "Tameer Towers" at SHAMS Abu Dhabi. The cost of the projects is estimated at AED 13 billion (over US\$ 3.5 billion). Tameer Towers will occupy more than 5 million square feet of land. The project occupies almost seven million square feet.

RITRATTI: I PROGETTI DI GRAND

Grand Real Estate is a Kuwait-based company which was founded in 1989 with the desire to develop and market real estate projects in a Sharia'a compliant manner. Grand Real Estate was established as a Kuwait Shareholding Closed Company with a capital of KD1 million. Via a structured combination of intelligent planning and developmental progression, this capital increased exponentially and the company is currently worth over KD36 million, approximately US\$111 million. This capital growth has en-



Il maxi-stand di Nakheel

abled further expansion of the company, and allowed internal and external investment. Grand has subsequently grown to become one of the region's most trusted developers, with innovative projects spanning the whole of the Middle East and North Africa

Grand Real Estate is currently developing a number of prestigious real estate projects across the MENA region, and will be officially launching five of these developments. The first is "Waves Resort" in Algeria. Located alongside a sandy four kilometre stretch of beach east of Algiers, it has been designed to introduce premium tourist attractions and residential accommodation to the area, catering for the rapid growth of the local economy. Another prime development is "Al Noor City". This breathtaking project is located south-west of Sudan's capital city, Khartoum, on the west bank of the White Nile, and offers over 137 million square metres of commercial, residential and leisure facilities. In Egypt is "Al Hamra City". This remarkable development is set in a prime location near the vi-

brant centre of Cairo city, offering harmonious balance of well-appointed spacious villas and apartment buildings over a stretch of 3,750,000 square meters. With the carefully designed leisure and commercial facilities Al Hamra City is set to be the most desirable residential and business community in Egypt.

“Bahrain Business Park” is a peerless venture developed in Manama; this mixed-use project is architecturally designed to feature two buildings, one residential offering 270 luxury apartments and the other commercial combining 24 floors with state-of-the-art offices, both buildings linked by a bridge-style structure forming a striking ‘gate’ feature. In the UAE, Al Mohanad Tower occupies a prime location in Sharjah, with 196 deluxe apartments offering views of the azure seas of the Arabian Gulf, the forthcoming architectural wonders of The Palm – Deira, and local sights such as Mamzar Lagoon, Al Jazeera Park and Khalid Lake.



Un futuro landmark del Qatar

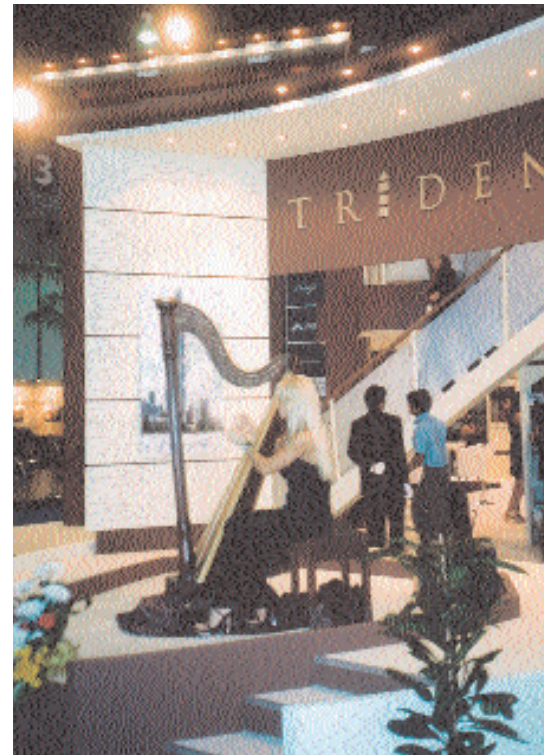
Commenting on the exhibition, Mr. Sami Al-Bader, CEO and Board Member of Grand Real Estate, noted: “We chose to exhibit at Cityscape as it is recognised as the region’s premier real estate event. Our participation enables us to promote our excellent range of developments and services for many of the leading investors in the region”.

Discussing Grand future plans Eng Mohammad Shuaib, Chairman and Managing Director, “Grand Real Estate was established to meet the rising need for community and commercial projects, and our goal is to

become the preferred choice for real estate investors and developers across the Middle East and North Africa.” Mr. Shuaib continued, “Grand is currently developing a large number of prestigious real estate projects in the GCC, Levant and North African markets, and we are delighted to be able to officially launch these projects at Cityscape”.



Lo stand dell'italiana Aedes



Animazione a uno stand

15th

ANNUAL
EUROPEAN
REAL
ESTATE
SOCIETY
CONFERENCE

2008



KRAKÓW, POLAND

18 - 21 JUNE, 2008

Conference Secretariat:



Symposium Cracoviense

3, Krupnicza Street, 31-123 Krakow, Poland

Phone 0048124227600

Fax 0048124213857

www.symposium.pl/eres2008

e-mail: eres2008@symposium.pl

Viaggio a Riga

Dal punto di vista geografico, l'estensione complessiva del mercato immobiliare è circa la stessa della vicina Svezia.

Presentano, in termini di GDP, una crescita che molti definiscono "forte e impressionante". Hanno ambiente economicamente stabile, basso livello di disoccupazione e fanno parte della NATO e della UE. I conti pubblici sono in equilibrio, ma la bilancia dei pagamenti risente di qualche difficoltà. Hanno attitudine favorevole e positiva verso gli investimenti dall'estero, ma l'interesse da parte dell'investimento internazionale è ancora limitato e proviene soprattutto dalle vicine "Nordic Countries", cioè Norvegia, Svezia,

Danimarca e Finlandia, cui si aggiungono Germania e Olanda.

Sono le piccole "Repubbliche del Baltico": Lettonia – in inglese Latvia, Estonia e Lituania che, nel lingua del real estate, si chiamano solo con i nomi delle rispettive capitali: Riga (circa 730 mila abitanti su una popolazione complessiva di quasi 2,3 milioni. La "grande Riga" comprende metà della popolazione del Paese), Tallin (400 mila, su circa 1,3 milioni) e Vilnius (550 mila, su circa 3,6 milioni).

Fra le tre, Riga è la più conosciuta, almeno agli occhi degli operatori e imprenditori italiani.

Il confronto sul mercato della Capitale della Latvia nasce da un colloquio tra Economia Immobiliare e un noto developer italiano, da tempo attivo all'estero e a Riga in particolare. Stiamo parlando di Danilo Doronzo, a capo del Gruppo Milano Holding. Alcune foto, in queste pagine, offrono un'idea del suo più recente impegno, e una breve scheda, in fondo, completa le informazioni circa il progetto.

Sotto l'aspetto strettamente immobiliare questi Paesi si trovano di fronte a sfide affascinanti.

Il mercato dell'investimento è di dimensione piccola, ma non può che ingrandirsi, visto lo sviluppo economico, demografico e relazionale. Ha caratteristiche di minor flessibilità rispetto alle nazioni confinanti, dove si concentra l'attenzione dei grandi player, ma ha "forza" e determinazione. Anche se c'è ancora poca esperienza con il mondo delle transazioni internazionali (i developers non sono ancora allenati a ragionare in termini di "exit models", cioè schemi di uscita dagli investimenti) l'attività di planning è in implementazione. Dal punto di vista della "cultura edilizia" l'at-



Qui, e nelle immagini di seguito, il progetto "Mezapark Plaza"





Mezapark Plaza



tività di costruzione è stata storicamente di buona o anche ottima qualità, ed è quasi sempre così. A volte, però, risente ancora di trascorsi sovietici. Se a ciò si aggiunge il boom degli ultimi anni, che ha creato qualche... “scompenso” per la troppa fretta, il suggerimento – si vuole costruire oggi un prodotto di particolare pregio – è quello di vigilare attentamente, e stando sul posto. Le soluzioni architettoniche non sono sempre eclatanti, ma la cultura in tal senso sta crescendo, e sta cercando anche di “trasformarsi” in una strategia di lungo termine.

Il mercato degli uffici si deve confrontare con la carenza di prodotti di qualità: la vacancy, a Riga, non arriva al 3-4%, una percentuale che è al di sotto del livello fisiologico in qualsiasi Paese del mondo. L'attività di planning appare in aumento, ma non va scordato che il terreno disponibile è scarso: è quindi particolarmente prezioso.

La capacity di costruire – data la situazione presente e la pipeline – è sotto pressione, ma non può oltrepassare una certa soglia: non siamo a Dubai, dove si lavora a H 24!

C'è poca correlazione tra i prezzi dei terreni e i canoni locativi. Gli yield si collocano attorno al 6-7%, e la previsione è che rimangano tali anche per i prossimi due-tre anni. Sul fronte della domanda, che è in crescita del 6-10% annuo in termini reali, si ricercano superfici maggiori rispetto ad alcuni anni orsono. Oggi i tenant vogliono superfici tra i 500 e i 4 mila metri quadrati, solo pochi anni fa la richiesta si orientava su 50-200 metri quadrati. Va anche sottolineato che, a causa dei problemi di traffico e

scarsità di parcheggi nel centro storico, molti scelgono di spostarsi verso complessi un po' più periferici, ma più attrezzati.

I livelli dei canoni: Riga si colloca, per il top degli uffici di classe A, a circa 25-30 euro/mq/ mese. Per gli edifici di classe B siamo a medie di 10-12, anche se in alcune aree si può arrivare a 18. I prezzi sono comunque abbastanza stabili.

Per l'acquisto, l'approccio è “buy and hold”. Non dimentichiamo che il volume complessivo delle transazioni è ancora molto modesto. Ma, in una logica di “combinato disposto” anche di investimenti in retail e hotels (di cui c'è grande necessità), il volume non può non aumentare. È questa dunque l'opportunità che i Paesi del Baltico possono offrire.

Per quanto riguarda la residenza, dal 2000 a oggi sono state costruite a Riga circa 30 mila nuove unità abitative, ma il 60% circa dell'attuale parco abitativo risale al decennio '60-70, e sono davvero alloggi da sostituire. Gli appartamenti costruiti negli anni '80 necessitano di importanti interventi di ristrutturazione. La popolazione cresce a due cifre (il dato 2006 è +11%) e la pressione della domanda fa sì che, per i prossimi 12-18 mesi, si prevede la necessità di costruire almeno altre 5 mila unità: che saranno probabilmente di piccola pezzatura, cioè meno costose in termini assoluti.

È molto diffusa la locazione, con canoni che nel centro storico possono variare da 1.800 a oltre 4 mila euro/mese. Per le nuove costruzioni in periferia, si parte da un minimo di 900-1000.

Piacciono molto anche le villette unifamiliari: per la tipologia di superficie media e di

nuova costruzione, il prezzo si colloca tra i 200 e i 250 mila euro. Se poi si desidera una villa Liberty in una zona storicamente molto prestigiosa in riva ad un lago oppure al mare, allora ci sono Mezaparks e Jurmala, ma qui ovviamente i prezzi sono molto più alti.

NOTA. Mentre Economia Immobiliare stava andando in stampa, Doronzo ha annunciato la sua volontà di dismettere le attività nella regione baltica, per concentrarsi su di una grande e particolarissima iniziativa di sviluppo residenziale nel milanese.

Economia Immobiliare è in grado di anticipare che il progetto riguarda la trasformazione, in residenze di privilegio, di una antica “grangia” (le origini risalgono addirittura al tardo medioevo) poco distante dal Capoluogo lombardo. Dopo molti decenni di assoluto abbandono, l’attuale “Cascina Vione” verrà restituita a nuova vita e a nuova arte, con il completo recupero dei presidi storico-artistici in essa contenuti, che saranno fruibili dai residenti ma anche più in generale dalla collettività dell’area.



Alcuni particolari dei palazzi del Centro città di Riga

Il progetto “Mezapark Plaza”, secondo l’“Information Memorandum” del Gruppo Milano Holding

The Mezaparks area, just ten minutes from Old Riga, is surrounded by lakes and has always been one of the most exclusive residential zones of the city.

Two principal uses are proposed to be developed on the site according to the approved sketch Projects:



Riga, il Centro città



Riga, il Centro città

20.583,08 sqm. - 24 floors tower 1 for commercial-offices use, (each floor of about 850 sqm.);

20.031,33 sqm. - 24 floors tower 2 for residential use, (about 200 units according to the architectural solutions and mix);

20.031,33 sqm. - 24 floors tower 3 for residential use, (about 200 units according to the architectural solutions and mix);

13.824,21 sqm.- 3 underground levels for EKA_1 as parking and storage use;

18.781,48 sqm.- 3 underground levels for EKA_2 and EKA_3 as parking, garage and storage use;

Auxiliary retail and public functions can be developed on the ground floors according to the architectural solutions.

The proportion used is 70% residential and 30% commercial. Commercial space ratio can be increased up to 70%.

Il Gruppo Milano Holding opera nelle due aree principali del settore immobiliare:

– *Equity investment attraverso Milano Holding Group.*

– *Servizi verso consociate o altri attraverso Synthesis Real Estate, che si occupa di fornire tutti gli strumenti necessari per operare nel settore dello sviluppo immobiliare, dalla fase dell'acquisto delle aree fino alla vendita degli edifici.*

L'azienda è apportatrice di un know-how maturato in oltre 30 anni di attività e, nel corso del tempo (dapprima come Metrocasa) ha sviluppato per conto di società del Gruppo immobili finiti e venduti per quasi 3 milioni di metri cubi, oltre 2 mila appartamenti, 200 mila metri quadrati di superfici a uffici, operando sia nel contesto della ristrutturazione di immobili storici.

***Le news del mercato immobiliare
tutti i giorni, online, sul sito***



www.internews.biz



Foto: Cristina Baccaloni

Manhattan, non è solo investimento, ma anche life style. Noi della Vivaldi Real Estate ci occupiamo del vostro investimento.

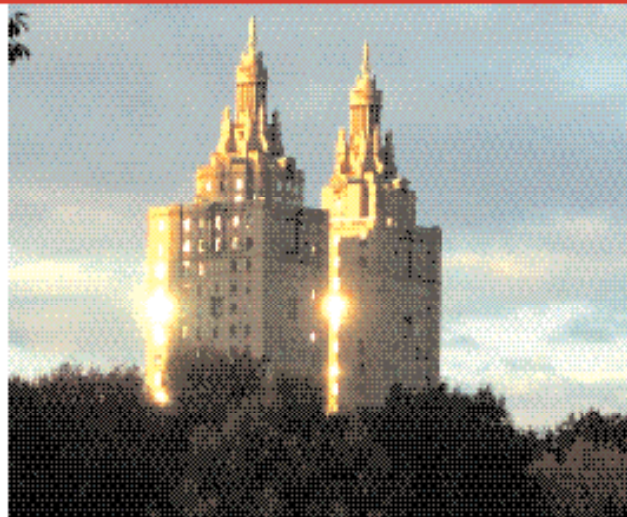
Da oltre 15 anni assistiamo i nostri clienti nelle fasi di Ricerca, Acquisto, Gestione e Vendita (le quattro stagioni dell'investimento immobiliare) portando con grande successo a New York acquirenti e costruttori italiani, come riportato sulla stampa nazionale e sul Wall Street Journal. La Vivaldi Real Estate è una Buyer's Broker con visibilità su tutto il mercato e accesso a tutte le esclusive. La Vivaldi lavora per voi, non per il venditore. Prima, durante e dopo l'acquisto. Potete fare le vostre selezioni on line ma poi chiamateci per le fasi successive.

Siamo il broker di fiducia dei tanti italiani che hanno già investito a New York.

La Vivaldi Re è raggiungibile dall'Italia in rete urbana allo 02 944 21 018 tutti i giorni compresi festivi, dalle 14 in poi e fino a tarda sera. Dal nostro sito www.vendesi.com potete accedere a tutti gli appartamenti in vendita pubblicizzati sul New York Times, con tanto di foto e planimetrie. Trovate una selezione completa: tutti i prezzi, tutti i quartieri, tutte le agenzie. Per qualsiasi esigenza o interesse chiamate prima noi, non vi costa nulla di più e saprete anche quello che i venditori non vi dicono. Vi seguiremo con esperienza passo per passo prima, durante e dopo l'investimento.

Guido Pompili

Sal nostro sito leggere dell'opportunità di investire oggi a New York: Manhattan in corsa verso i prezzi di Londra, ma ancora sottovalutata!



Investimenti Immobiliari NEW YORK

Vivaldi Real Estate, Ltd.

RICERCA ACQUISTO GESTIONE VENDITA

692 Madison Avenue (62nd Street)
New York, New York 10021

Tel. NY +1 212 537 6504
Tel. Milano +39 02 944 21018

NY@vendesi.com - www.vendesi.com

D a I I a
S p i g a
Immobili di Parigi

IN COLLABORAZIONE
CON L' AGENZIA DI MILANO

of nations and reflecting investor confidence in its economy.

Economic Growth:

India's rising middle class and strong demographic advantages will continue to fuel its growth. India has 25% of people in the world under the age of 25, and a full 80% of the population is under 45 years old. The BRIC Report estimates that the proportion of India's working-age population (15-60 years) is set to peak around 2020 at just under 64% of the country's total population.

Demographic Advantage:

In terms of purchasing power parity, India is the fourth largest economy in the world. A rapidly growing consumer class has emerged since India began its reforms programme in 1991. According to the BRIC Report, the middle class (defined as having per capita income of more than USD 3,000) in India is set to double in three years and increase four-fold in a decade. If India continues on its current high growth path, incomes will almost triple over the next two decades, and the country will become the world's fifth largest consumer market by 2025, (as predicted by McKinsey).

India has a well-established, independent judiciary. The normal business risks are tempered by the presence of independent courts, politicians, and a free press. India has abundantly available qualified and competent human resource base - fluent in English, with R&D skills, technological training and managerial capabilities. India has untapped natural resources, rich mineral base and agricultural surplus and a huge manufacturing capability spanning almost all sectors. The consumer market is large and expanding exponentially. Special investment and tax incentives are available for promoting exports and for infrastructural development. In terms of potential, with its large scale investment absorption capacity and with economic fundamentals and momentum so strong, India offers attractive returns to prospective investors.

Today India has probably one of the most open liberal investment regimes among the emerging economies. Opportunities exist for investment in India in Real Estate sectors. India is witnessing strong economic growth which is also spurring growth in the Real Estate sector. Various demand drivers coupled with liberalized policy measures are attracting both institutional and retail investment into the Indian Real Estate sector.

Investment Options for Foreign Investors:

Indirect Mode:



Aakruti, cui si deve il presente articolo

- Primary Market: Investment can be done through IPO's of the Indian Companies. (Subject to RBI directives)
- Secondary Market: Investment can be done through Equity Shares of the listed Indian Companies. (Subject to RBI directives)
- Mutual Funds / REITs - Foreign: Investment can be done through Overseas Mutual Funds / REITs which are trading in Indian Companies in the Primary / Secondary Markets.
- Mutual Funds / REITs - Indian: Investment can be done through Indian Mutual Funds / Indian Off Shore REITs which are trading in Indian Companies in the Primary / Secondary Markets.

Direct Mode:

Foreign Direct Investment: It is mandatory to have an Indian Company to channalise the Investment. The options available are:-

- a) *Wholly owned subsidiary of a Foreign Investing Company:*
- b) *Joint Venture with a local Indian Property Developer:*

Norms for Foreign Direct Investment (FDI) in India in townships, housing, built-up infrastructure and construction-development projects: With a view to catalyzing investment in townships, housing, built-up infrastructure and construction-development projects as an instrument to generate economic activity, create new employment opportunities and add to the available housing stock and built-up infrastructure, in March 2005, the Indian government announced liberalized guidelines allowing FDI up to 100% in townships, housing, built-up infrastructure and construction-development projects, including but not restricted to housing, commercial premises, hotels, resorts, hospitals, educational institutions, recreational facilities and city and regional level infrastructure. The policy permits



Due rendering del nuovo progetto abitativo

FDI in construction-development projects without having to go in for a specific approval, subject to the following major conditions being met.

a. Minimum area to be developed under each project would be as under:

- i) In case of development of serviced housing plots, a minimum area of 10 hectares (Request has been made to reduce this area to 4 hectares which is under active consideration)
- ii) In case of construction-development projects, a minimum built up area of 50,000 sq.mtr. (Request has been made to reduce this area to 10,000 sq.mtr. which is under active consideration)
- iii) In case of a combination project, fulfillment of anyone of the above two conditions would suffice.

b. The investment would further be subject to the following conditions:

- Minimum capitalization of US\$10 million for wholly owned subsidiaries and US\$ 5 million for joint ventures with Indian venture partner. The funds would have to be brought in within six months of commencement of business of the Company.
- Original investment cannot be repatriated before a period of three years from completion of minimum capitalization. However, the investor may be permitted to exit earlier subject to prior approval of the Government through the FIPS.
- At least 50% of the project must be developed within a period of five years from the date of obtaining all statutory clearances. The investor would not be permitted to sell undeveloped plots. For the purpose of these guidelines, "undeveloped plots" will mean where roads, water supply, street lighting, drainage, sewerage, and other conveniences, as applicable under prescribed regulations, have not been made available. It will be necessary that the investor pro-

vides this infrastructure and obtains the completion certificate from the concerned local body/service agency before he would be allowed to dispose of serviced housing plots.

- *The project shall conform to the norms and standards, including land use requirements and provision of community amenities and common facilities, as laid down in the applicable building control regulations, bye-laws, rules, and other regulations of the State Government Municipal/Local Body concerned.*
- *The investor shall be responsible for obtaining all necessary approvals, including those of the building/layout plans, developing internal and peripheral areas and other infrastructure facilities, payment of development, external development and other charges and complying with all other requirements as prescribed under applicable rules/bye-laws/regulations of the State Government! Municipal/Local Body concerned.*
- *The State Government! Municipal/ Local Body concerned, which approves the building / development plans, would monitor compliance of the above conditions by the developer".*
However, the authorities have subsequently clarified that the above conditions are not applicable in certain sectors such as construction of hotels, hospitals and Special Economic Zones ("SEZ"), which are governed by different sectoral provisions of the FDI policy.

Laws of the Land relating to Real Estate:

There are various Central Laws governing various aspects of real estate in India which inter alia includes but not limited to

- Indian Contract Act, 1972

A contract pertaining to realty can be entered into, among others, by an individual, partners of a firm, a corporate body, a trust, a sole corporation, the manager of an undivided family, and a foreigner. All the requirements of a valid contract,

i.e. consideration, intention to contract and validity under the law of the land must be satisfied.

– Transfer of Property Act, 1882

This lays down the general principles of realty, like part-performance and has provisions for dealing with property through sale, exchange, mortgage, lease, lien and gift.

– Registration Act, 1908

The purpose of this Act is the conservation of evidence, assurances, title, publication of documents and prevention of fraud. It details the formalities for registering an instrument.

– Special Relief Act, 1963

This Act is only to enforce individual civil rights.

v) Urban Land (Ceiling And Regulation) Act (ULCRA), 1976

This legislation fixed a ceiling on the vacant urban land that a 'person' in urban agglomerations can acquire and hold. This ceiling limit ranges from 500-2,000 square meters (sq. m).

– Land Acquisition Act, 1894

This Act authorises governments to acquire land for public purposes such as planned development, provisions for town or rural planning, provision for residential purpose to the poor or landless and for carrying out any education, housing or health scheme of the Government.

– The Indian Evidence Act, 1872

Under the Act, whenever the status of any person as the owner of a piece of immovable property of which he is shown to be in possession is questioned, the burden of proving that he is not the owner lies on the person who asserts that he is not the owner.

– State Laws governing Real Estate

While each state has its own set of laws, which govern planned development, rules for construction and floor-area-ratio (FAR) or floor space-index (FSI) and formation of societies and condominiums, two laws that exist in every state, are the stamp duty and rent laws.

ix) Rent Control Act

Rent legislation in India has been in existence for a very long time. Rent legislation provides payment of fair rent to landlords and protection of tenants against eviction.

Tax Incentives for Realty and related Sectors (subject to stipulated conditions):

The Indian Government with the intention of channelising Indian and Foreign investment has offered various tax incentives.

The categories of income qualifying for deductions are as under:

a) Income of Offshore Banking units and International Financial Services centre set up in Special Economic Zones.

Sr. No.		Wholly Owned Subsidiary	Joint Venture Arrangement
1	Investment	100%	1% to 99%. Depending on Commercial expediency
2	Starting time	Minimum 6-12 months	Between 3-6 months as FDI may be expected after the local partner has completed effective initial steps.
3	Laws of the Land	Due to lack of knowledge of the laws of the land and understanding of Ground realities the Project feasibility may go haywire	The Local Joint Venture Partner can bring in his knowledge of the Laws of land to the benefit of the Joint Venture. The Ground realities which after the feasibility project are better understood and taken care of at each stage.
4	Stage of Investment Investment would start at '0' level Time span and amount of investment cannot be predicted.	Risk is 100% at all stages of the project	Investment would come in at a stage when the project has fructified and when the time span and amount of investment can be predicted with sufficient accuracy.
5	Project Risks Business Risks	Right from the inception upto the completion	Risk is reduced substantially as the investment stage is deferred and also there is an experienced local venture partner to marginised the risk .

b) Income from the business activity of developing operating or maintaining infrastructure facility.

c) Income from developing, operating or maintaining a notified industrial park or Special Economic Zone.

d) Income from the business of a hotel in notified areas.

IN NUTSHELL, the stages of Foreign Direct Investment can be understood as:

1. ENTER: Create a special purpose which Company as 100% Indian subsidiary or a Joint Venture Company with an Indian Venture Partner.

2. INVEST: Invest money as per the Foreign Direct Investment norms.

3. RETAIN: Retain the investment for a lock in period of 3 years.

4. EARN: Do business in India, Enjoy the Indian Hospitality Earn Interest on Debt Financing and Dividends as Equity Financing. Dividends are non-taxable income.

5. EXIT (PREMATURE): Exit a sector 3 years after taking prior approval of Foreign Investment Promotions Board.

6. EXIT (PLANNED): Exit after 3 years by way of repatriation of a about funds alongwith accumulated invest and transfer of shares on an arm's length transactions basis. No formal approvals are stipulated for such repatriation. Long term capital gains on transfer of shares are not taxable.

7. STAYPUT: Enjoy the benefits of Indian economic growth by way of stable periodical returns and handsome capital appreciation.

Aakruti Group - Your Local Partner:

Aakruti Group - Builders and Developers was established in 1992 in Mumbai, the financial capital of India. The Group has interests in Construction, Development, Sale, Lease of Commercial Office Spaces, High End Shopping Malls, Residential Development, Amusement Parks and other Real Estate Solutions. Aakruti Group after strengthening its presence in Mumbai and rest of Maharashtra, crossed the state borders and ventured into Bangalore, the Cyber Capital of the Country and went on to create land banks and re-

al estate projects all over India. Aakruti Group spread wings on the GLOBAL SCENE by participating in "EXPO REAL 2007" at Munich, Germany.

Advantages of associating with AAKRUTI as an Indian Joint Venture Partner.

1. Sound Financial Standing.
2. Professional and Experienced Management.
3. Multiple Projects under Execution.
4. Land Bank having potential for future growth and development.
5. Established infrastructure in Mumbai and Bangalore.
6. Pan India presence.
7. Highly qualified and dedicated team.
8. Fifteen years of experience and expertise in handing property development projects of various types and magnitude.
9. Transparent business dealings.
10. Established ISO 9001:2000 Quality Management System.
11. Policy of "ENRICHING HUMANITY".

Aakruti Group:

Projects on hand wherein Foreign Direct Investment is invited:

1. Mall Project at Bangalore: Aakruti Golden Gate.
2. Township project at Nasik (120 kms from Mumbai)- Aakruti Gagan.
3. Residential Project at Bangalore - Aakruti Amity
4. Residential Project at Bangalore - Aakruti LePalazzo
5. Multi-product Special Economic Zone near Mumbai City.
6. Multi-product Special Economic Zone at Gujarat.
7. Township project at Panvel (Near Proposed Greater Mumbai International Airport)
8. Pleasure Home Project at Lonavala (Hill station in the close proximity of Mumbai City)

The Indian Elephant is now fully matured and poised for the PARADIGM shift. The Global Business Community is converging on the Indian scene. The Land of opportunity is welcoming the Global Investor Community with open arms.



Head Office: 002 Chanakya, Devidayal Road,
Mulund (West), Mumbai - 400 080 (INDIA)
Tel: +91-22-2591 0000, 2569 4444 | Fax: +91-22-2568 7901

South India Regional Office: # 70& 70/6, Mekhri Building,
Lalbaugh Road, Bangalore - 506 027 (INDIA)

Web: www.aakrutigroup.com | E-mail: invest@aakrutigroup.com



AREL

ASSOCIAZIONE
REAL ESTATE
LADIES

Sei una donna che lavora nel real estate?

**Hai desiderio di condividere
con noi la tua esperienza?**

**Hai desiderio di saperne di più di finanza,
di economia, di urbanistica o di strutture?**

**Sei curiosa di sapere cosa c'è dietro
il progetto che vedi sempre pubblicato
ma non hai i contatti giusti
presso la società promotrice?**

**Desideri approfondire alcuni temi
e aspetti tipici della tua professione
ma non ti è possibile accedere
ad un corso di aggiornamento?**

**Hai bisogno di confrontarti
con una collega per avere conferma
che sei sulla strada giusta?**

**in AREL
Associazione Real Estate Ladies
trovi tutto questo!**

AREL
Associazione Real Estate Ladies
l'immobiliare al femminile



Sede: Via Borgonuovo, 12 - 20121 Milano
Tel. +39 02 62004649 - Fax. +39 02 29001424

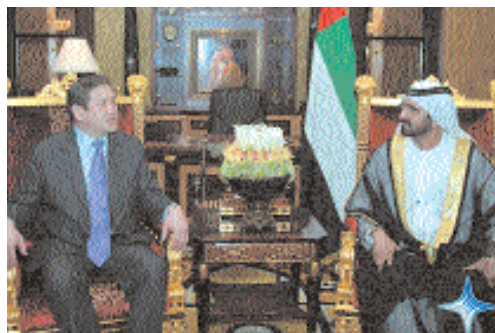
Segreteria Generale: Via Nerino, 5 - 20123 Milano
Tel. +39 02 72529555 - Fax +39 02 86452597

Viaggio a Ulan Bataar, Mongolia

Il mercato immobiliare di Ulan Bataar è cresciuto considerevolmente negli ultimi anni. L'offerta fa ancora molta fatica a soddisfare la domanda crescente e ciò comporta un incremento dei prezzi degli immobili. Il rafforzarsi dell'economia nazionale ha incentivato la domanda sia da parte della locale popolazione mongola sia da parte della comunità internazionale.

La città (880 mila abitanti) era stata interamente ricostruita dai Sovietici e quindi la maggior parte degli edifici è in quello stile, in particolare stalinista nelle dimensioni e nell'"eleganza". Oggi

diversi tipi di edifici, più moderni e più occidentali, si stanno facendo strada tra i "palazzoni" e ovviamente i prezzi di acquisto/vendita/locazione di immobili sono interamente basati sull'età. Il mercato immobiliare di Ulan Bataar può essere distinto in alcune zone o tipologie:



Il Capo dello Stato, Nambaryn Enkhbayar, a sinistra, in un incontro con lo sceicco Mohammed a Dubai a novembre 2007.



Il Parlamento



L'Università

- Gli edifici rosa: edifici originali della città, che sono caratterizzati da muri molto spessi e da soffitti straordinariamente alti (anche oltre i 5 metri). Sono stati costruiti nei primi periodi dell'invasione sovietica e in particolare negli anni dai '40 ai '60. Benchè questi edifici siano molto antichi, i loro prezzi si mantengono ancora stabili e abbastanza alti in quanto sono molto solidi, ben costruiti e a loro modo confortevoli. In generale hanno 3-4 piani e alcuni anche dei balconi (inutilizzabili comunque per almeno 2/3 dell'anno a causa dell'inverno freddissimo)
- I quartieri Gulag: edifici che contribuiscono a creare il panorama tipico delle città-satellite sovietiche sparse per la Russia. Risalgono principalmente agli anni '60-'80, e sono stati costruiti per disperazione, quando la necessità di dare un alloggio, anche se infimo, a tutta la popolazione (nel più puro stile sovietico-stalinista) era diventata l'ideologia dominante dei leader-fantoccio comunisti mongoli. Queste specie di torri sono assemblaggi di pezzi prodotti in serie nelle fabbriche e infatti non sono molto gradevoli alla vista, ce ne sono ancora un numero consistente attorno al centro della città e vicino, guarda caso, all'Ambasciata ex-sovietica, ora-russa, che è anch'essa uno di questi palazzoni (forse unico esempio al mondo di ambasciata-grattacielo!). In genere queste torri possono avere 6-10 piani, sono di qualità straordinariamente bassa, senza ascensori e senza norme di sicurezza e spesso con problemi legati alle tubature idriche e all'impianto elettrico. Il vantaggio è che sono poco costosi. Inoltre si trovano in centro città e sono un "esperienza di vita vivente". Alcuni sono stati acquistati e interamente ristrutturati da stranieri che ne hanno aumentato notevolmente il valore... Mettere le mani su uno di essi potrebbe significare un vero affare!
- Lo sviluppo dei Cortili: tipico dell'architettura sovietica era stato il costruire i classici palazzoni (qui leggermente più aggraziati grazie al colore rosa-arancio) intorno a un cortile comune a tutti, in modo da permettere a giovani e ad anziani di rilassarsi all'aria aperta in un luogo sicuro. Considerando l'aumento esponenziale dei prezzi degli edifici e delle aree edificabili nel downtown, questi cortili oramai abbandonati possono rappresentare un ottimo investimento. Questo nuovo fenomeno iniziato negli anni '90, molto popolare tra gli stranieri consiste appunto nell'acquistarli insieme agli edifici circostanti e crearvi parcheggi sotterranei o magari piscine o palestre e rimettere a nuovo il cortile. Ulan Bataar non è una città con uno standard di sicurezza paragonabile a quello occidentale (benchè sia più sicura di alcune città negli Stati Uniti) e quindi il valore degli immobili con cortili sta salendo enormemente.
- Edifici di lusso: il trend degli ultimi 5-10 anni è la costruzione di edifici, in centro e subito all'esterno della città, che si continuano a superare nella corsa al lusso. I più recenti hanno standard di comfort e sicurezza quasi paragonabili ai nostri, sono molto ben posizionati e sono popolari tra gli stranieri. I prezzi sono estremamente più elevati rispetto a ogni altro tipo di location e molto spesso per ottenere un appartamento ci sono waiting list molto lunghe.
- Ulan Bataar in Futuro: costruzione in corso di un discreto numero di torri-appartamenti che



Il centro città, con il monumento al generale Sukhbataar

nulla hanno da invidiare a quelli di Shanghai, Hong Kong, Singapore e Taiwan. Hanno circa 15 piani e una qualità di interni ed esterni assolutamente occidentale. Questi edifici non farebbero brutta figura in nessuna delle capitali nel resto del mondo e sono dislocati in diverse zone della città a seconda dei gusti dei clienti, quasi interamente rappresentanti di ambasciate, politici e locali appartenenti alla “ricca borghesia”, e lavoratori stranieri.

I LUOGHI DELLA CITTÀ

Come in qualunque altra città della terra, ci sono zone migliori di altre e quindi più costose ed eleganti; zone più o meno distanti dai luoghi di interesse; e ci sono zone più sicure di altre (in generale la città è relativamente tranquilla, il problema principale deriva dall'alto tasso di alcolismo dei mongoli che può creare situazioni spiacevoli, ma nonostante questo la Capitale è considerata relativamente sicura). In generale la città può essere divisa in 3 macrozone:

Piazza Sükhbaatar, centro politico e amministrativo della città. Si sviluppa tutto intorno all'omonima piazza che ha sul lato nord il Parlamento. È la zona in cui si trovano la maggior parte dei Ministeri e delle Ambasciate, relativamente tranquilla e sicura ma un po' distante (sempre relativamente date le dimensioni ridotte della città) dai locali notturni come bar ristoranti e discoteche. **The Children's Park**, è la zona più ricca ed ele-

gante della città, con un discreto numero di Ambasciate e un elevato numero di edifici che possono essere definiti di medio-alto livello di qualità e (per il momento) ancora pochi di alto livello. Situato lungo la Olympic Avenue, questo quartiere si sviluppa intorno a un parco che è il luogo ideale per il relax in tranquillità. È la zona più sicura della città che permette uno standard di vita molto alto, tenendo conto che ci si trova in Mongolia. È localizzata appena al di là del centro, raggiungibile a piedi in dieci minuti. L'area è ad alto tasso di concentrazione di stranieri e mongoli benestanti, e quindi è anche ricca di ristoranti e bar dai prezzi decisamente basati su standard non mongoli.

Seoul Street e il Circo, la maggior parte degli edifici sono di medio livello con alcune eccezioni leggermente superiori ma comunque non paragonabili con il Children's Park. Rimane comunque il centro indiscusso della vita notturna di Ulaanbaatar con una quantità infinita di bar, ristoranti e discoteche a prezzi decisamente più accessibili.

PREZZI DI LOCAZIONE

Con una spesa compresa tra i 250 e i 350 dollari USA al mese si può ottenere un appartamento a una stanza con bagno in uno degli edifici rosa o in uno degli edifici Gulag, in genere parzialmente arredato e con qualche problema legato a impianto idrico o elettrico. Inoltre per questa cifra ci si può aspettare solamente di ottene-

re un appartamento essenzialmente arredato nel piu puro stile ultra-kitsch-mongolo.

Se si vuole spendere fino a 500 dollari si può trovare un appartamento con due stanze negli stessi edifici, ma se si è fortunati sarà decorato un po meglio e sicuramente molto piu arredato.

Se si può spendere sino a 1.000 dollari si può iniziare a cercare qualche appartamento attorno a uno dei famosi cortili-in-via-di-sviluppo, che garantiscono la presenza di security 24H, un discreto livello di modernità e di arredo, ma che sono difficili da reperire sul mercato in quanto molto richiesti dai mongoli che si stanno arricchendo.

Se si è disposti a spendere fino a 2.500 dollari, allora si può entrare nella sfera degli appartamenti considerati di lusso e paragonabili a quelli di medio-alto livello delle altre maggiori città asiatiche. Vi è un'ampia scelta di categorie simili e appartamenti di questo livello potrebbero essere disponibili solo in determinati periodi dell'anno: molti stranieri non se la sentono di affrontare il glaciale e interminabile inverno mongolo e quindi il prezzo può anche dipendere dalla stagione di interesse. Alcuni di essi sono locati fuori dal centro cittadino, si ha a disposizione ogni tipo di facility in modo da non avere la necessità di tornare in città. Però il problema è che per raggiungere il centro città bisogna servirsi o del trasporto pubblico o di un mezzo privato.

Oltre i 2.500 dollari si ha accesso agli appartamenti piu lussuosi della città, situati intorno al Children's Park, con un livello di qualità occidentale.

MONGOLIA: UN PO' DI STORIA

Durante la Seconda Guerra mondiale i Sovietici difesero la Mongolia dal Giappone e il 20 ottobre 1945, per referendum, i mongoli votarono per l'indipendenza.

La Repubblica Popolare Mongola fu riconosciuta dalla Repubblica di Cina e dalla Repubblica Popolare Cinese. Il Paese iniziò allora un ulteriore avvicinamento ai Sovietici e dopo il 1958 ha ospitato molte basi URSS durante la Guerra fredda. In effetti si può dire che il Paese era indirettamente controllato dall'Unione Sovietica e che i governi fantoccio che si sono susseguiti erano tutti "guidati" dal Segretario del Partito Comunista Sovietico.

L'adesione all'ONU avvenne nel 1961. Nel 1990 il Partito Comunista Mongolo ha cessato di controllare direttamente il Governo e si è venuta a creare una Repubblica ibrida in cui coesistono elementi del sistema parlamentare (il Capo del Governo è Sanjiin Bayar) e presidenziale, in cui il Capo dello Stato Nambaryn Enkhbayar ha un ruolo pressochè simbolico.

Fin al 27 giugno 2004 il principale partito del Paese era l'ex comunista Partito Rivoluzionario del Popolo Mongolo, formato dai leader comunisti del paese dopo la fine della Guerra fredda. All'opposizione c'era il Partito Democratico, che ha governato da 1996 al 2000. Fino al 2004 il potere è poi tornato alla formazione comunista, che da quell'anno lo ha dovuto condividere in una coalizione, la Coalizione Democratica della Terra Madre.

La maggioranza dei cittadini del Paese è di etnia mongola, ma ci sono minoranze di kazaki e tungusi. La religione principale è il buddhismo tibetano.

La popolazione della Mongolia ha un'età media piuttosto bassa e con un tasso di crescita elevato. L'economia della Mongolia si basa principalmente sullo sfruttamento delle ingenti risorse naturali come il petrolio, il carbone minerale e il rame, ma anche dello sfruttamento minerario del molibdeno, tungsteno e fosfato. Dopo decenni di totale controllo governativo e la forte dipendenza tecnologica dall'Unione Sovietica, l'economia del Paese ha intrapreso una difficile transizione al capitalismo. A partire dal biennio 1991-1992, con il dissolvimento dell'entità sovietica, il prodotto interno lordo si riduce di un terzo e il Paese pur se in crescita economica sconta gravi debolezze strutturali e politiche aggravate dai disastri naturali (inquinamento dell'aria, desertificazione, piogge acide) ereditati dalla rapida industrializzazione e dall'intenso sfruttamento minerario nei decenni precedenti.

Un periodo particolarmente critico si è avuto tra il 2000 e il 2002 quando il PIL scende a zero a causa del tracollo delle attività agricole e di pastorizia causato dalle cattive condizioni climatiche.

Dal 2003 l'economia, grazie soprattutto all'aumento mondiale dei prezzi del rame, torna a crescere con una percentuale media annua del 6% (7,5% al 2006).

Oggi esistono nel Paese più di dieci mila imprese private, stabilite per lo più nella Capitale. Fuori dai grandi centri abitati la popolazione si dedica per lo più ad attività di sussistenza come la pastorizia.

Il reddito procapite è di circa due mila dollari (al 2006) e, come il GDP, si mantiene in crescita stabile dal 2002 nonostante la lieve flessione dal 2005. Un problema del Paese rimane il forte deficit commerciale. L'enorme debito estero con la Russia (originariamente di 11 miliardi di dollari) viene tuttavia estinto molto favorevolmente per la Mongolia, nel 2004, con un pagamento di circa 250 milioni di dollari come ricompensa per i danni economico-ambientali conseguenti l'influenza sovietica.

Davide Cirelli
(da Ulan Bataar)

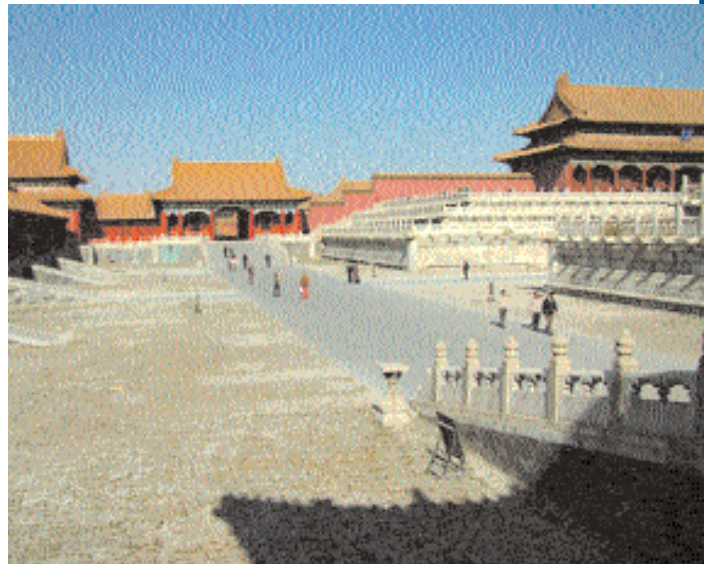
Viaggio a Beijing, Pechino

La città di Beijing (Pechino) si sviluppa concentricamente intorno alla Piazza Tian an' Men, il luogo pubblico più grande al mondo in cui dal lato Nord si accede alla "Forbidden City". In mezzo campeggia il monumento al fondatore della Cina moderna, il fondatore della Repubblica Popolare Cinese, il Gran Timoniere Mao Tse Dong e a Sud si sviluppa l'area Qianmen in cui il Governo sta cercando di ricreare l'atmosfera della Cina Imperiale ricostruendo il quartiere come era in passato. La mappa di Pechino sembra un bersaglio delle frecce in cui il centro rappresenta Piazza Tian an' Men e la Forbidden City le cui mura di confine rappresentano il Primo Anello Circolare (First Ring Road) di Pe-

chino. Nella città ci sono cinque anelli concentrici (più un sesto esterno in costruzione), tanti quanti i cinque anelli dei Giochi Olimpici che la città ospiterà a partire dall'8-8-2008 (8 è il numero fortunato in Cina al contrario del 4 che in cinese si pronuncia in modo simile alla parola "si" morte e quindi è sinonimo di cattiva sorte). Il diametro della città di Beijing misura circa 40 chilometri e il Quinto Anello Circolare misura quasi 150 chilometri in lunghezza. Benchè questi anelli diano alla città un'impressione di ordine e di funzionalità, in realtà la parte importante della città è il lato Est di Tian an' Men tra il Secondo e il Quarto Anello Circolare. In questa zona, che include le aree di Chaoyang, Dongz-



Pechino,
scorcio
di edifici
moderni



Pechino: a sinistra veduta della città. A destra, veduta del cortile della Città Proibita

himen e CBD (Center Business District), si racchiude tutta la vita economica e diplomatica della città, ci sono i quartieri dove vivono gli stranieri, la zona delle Ambasciate, dei grandi alberghi dello shopping e di buona parte della vita notturna cara agli stranieri (per chi ama stare con I cinesi, ci sono luoghi più indicati).

Un modo semplice e funzionale per capire Beijing è pensare la città come a una Rosa dei Venti e orientarsi con I punti cardinali (non a caso i Beijing ren, i pechinesi, preferiscono ancora dire “vai dritto e poi all’incrocio gira a Nord” invece che a sinistra/destra). Tian an’ Men è il fulcro della rosa dei venti, a Nord-Est c’è il Beijing International Capital Airport oltre il Quinto Anello Circolare collegato alla città dalla Airport Expressway (senza traffico occorrono 40 minuti fino a Tian an’ Men con traffico anche tre ore). A Nord ci sono i grandi laghi della città contornati dalle tipiche case cinesi (hutong: letteralmente “fila” o “linea”). Gli hutong sono case a un piano in cui le stanze sono dislocate tutte intorno a un cortile interno privato, in genere sono abitati da più famiglie insieme. Le condizioni sanitarie negli hutong più antichi sono precarie e il governo ha avviato una politica di riammodernamento e protezione dopo un periodo scellerato in cui venivano abbattuti senza ritegno in nome del progresso economico.

A Nord-Ovest si trova il quartiere di Haidian in cui risiedono le due più importanti Università cinesi: la Tsinghua University (Tsinghua è il nome antico, dopo la riforma della lingua cinese e la semplificazione dei caratteri il nome è diventato Qinghua) e la Beijing University (Beida): più una miriade di altre università di fama inferiore che fanno di Haidian il quartie-

re degli studenti di Pechino per eccellenza. Campus universitari di dimensioni spropositate a fronte di un numero di studenti non elevatissimo (nel campus della Tsinghua ci sono 4 linee di bus interne, ci vogliono 40 minuti a piedi per attraversarlo e ci sono 30 mila studenti, tanti quanti all’Università Cattolica di Milano che conta tre edifici in totale) convivono fianco a fianco con centri di Research&Development tra i più avanzati al mondo (vedi Tsinghua Science Park), ristoranti “da strada” e venditori di spiedini di carne cotti sopra a putrelle di acciaio riempite di carbone e posizionate di fronte agli ingressi dei locali per studenti. A Pechino, dopo una notte in discoteca o al bar con amici, lo spiedino o il pane abbrustolito (mianbao) prima di andare a dormire sono una tappa fissa.

Il cuore finanziario di Pechino è rappresentato dal CBD ed è attraversato in direzione est-ovest dalla metropolitana tra le fermate Janguomen e Guo Mao, qui hanno sede le principali società straniere e ci sono i grattacieli più alti della città. In costruzione è la torre della CCTV (la Tv di Stato cinese) famosa per la sua forma avveniristica: due edifici costruiti obliquamente che si incontreranno a circa 200 metri da terra proprio in verticale sopra un incrocio stradale. Qui i prezzi degli immobili a metroquadro raggiungono le somme più elevate in funzione del piano e dell’esposizione al sole (gli edifici con esposizione a est sono quelli più ricercati in quanto godono di luce solare la mattina quando è più fresco e di ombra il pomeriggio quando il caldo diventa asfissiante, specie in estate). A Nord del CBD inizia il quartiere di Chaoyang che è più grande dell’a-



Pechino, scorcio di un luogo caratteristico

rea metropolitana di Milano, conta quasi tre milioni di persone. In mezzo a Chaoyang si trova l'omonimo Chaoyang Park contornato dai complessi residenziali più eleganti della città in cui risiedono i cinesi più abbienti, gli occidentali e i membri delle ambasciate. Se un occidentale vuole entrare in questi complessi residenziali, protetti da guardie di sicurezza private 24 ore su 24 (benchè non ci sia la minima necessità dato che l'indice di violenza urbana in Cina è pressochè zero), non ci sono problemi; ma se un cinese non residente prova ad entrare, viene sottoposto a un terzo grado. In Cina vige una sorta di razzismo alla rovescia indirizzato verso i cinesi stessi che talvolta risulta estremamente sgradevole.

Sempre in Chaoyang c'è la famosissima San Li Tun (o San li Tur alla maniera dei pechinesi), che è la strada dei bar per turisti in cui i camerieri parlano inglese (rarietà eccezionale, quasi unica in Cina).

È il classico posto in cui si va appena si arriva

a Pechino ma dove non si ritorna se si decide di rimanervi. Attorno a San Li Tun c'è l'Embassies District: isolati interi coperti dalle ambasciate di tutto il mondo.

Secondo le previsioni del Governo cinese, entro maggio del 2008 lo schema della metropolitana pechinese dovrebbe essere composto da 12 linee, di cui una ad alta velocità che collegherà il Beijing Capital International Airport con Dongzhimen e quindi con il cuore di Chaoyang. La differenza è impressionante e in Cina, se un impresa ottiene un appalto governativo (come in questo caso per costruire la metropolitana) è vivamente incentivata a completarlo per tempo...

Un altro quartiere che giorno dopo giorno si sta facendo largo tra le attrazioni principali è il così detto "798 District" o chiamato anche Modern Art District.

798 era il nome (cioè il numero progressivo che ai tempi del Grande Balzo in Avanti si attribuiva a tutte le unità operative del Paese) della acciaieria che sorgeva in quest'area a nord-est della città, quindi a nord di Chaoyang sulla direttrice per l'Aeroporto.

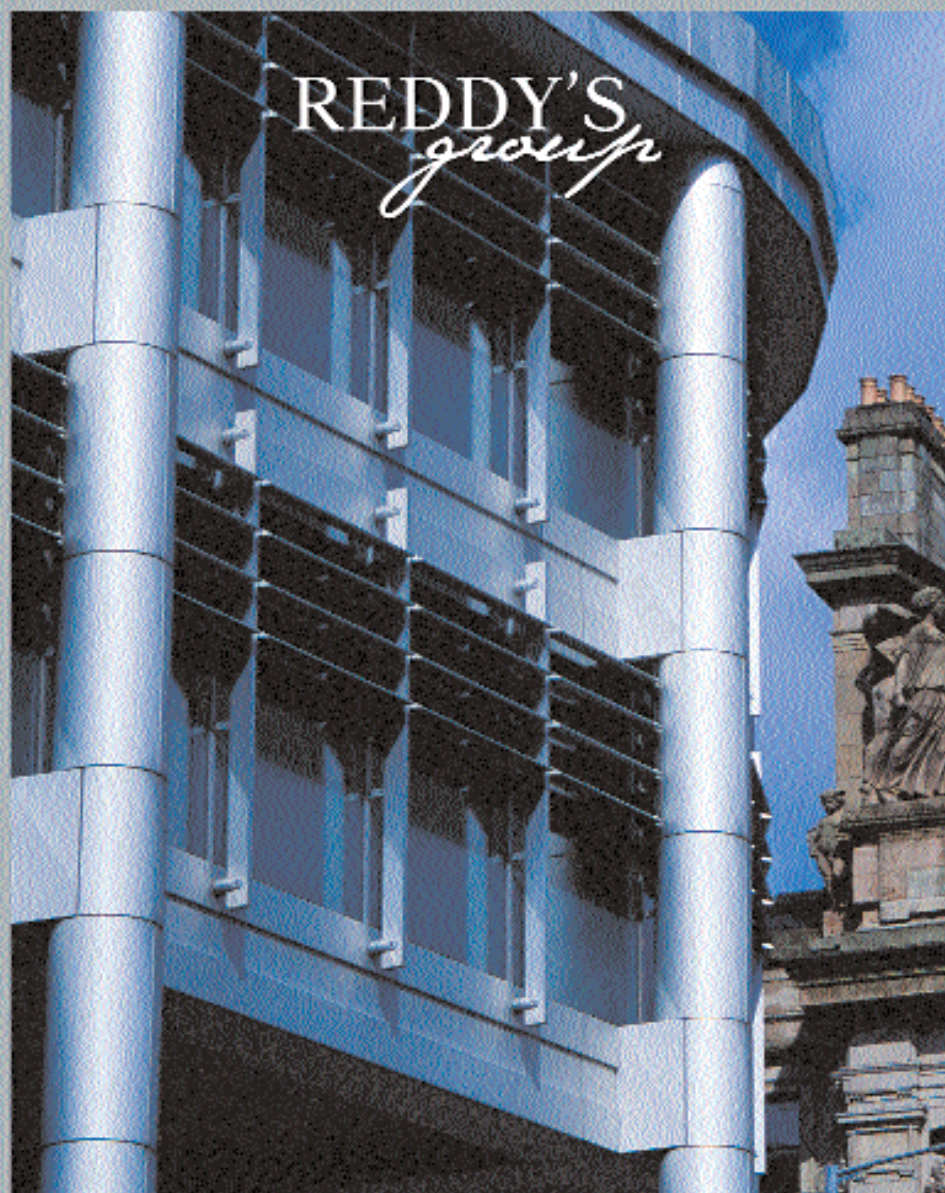
Oggi nel 798 hanno sede le più moderne e trasgressive gallerie d'arte del Paese, che espongono opere che magnificano fasti della Nazione ma che sono spesso anche molto critiche verso le classi dirigenti e le icone del passato (in primis il Gran Timoniere).

Il 798 è un area della città in cui i prezzi sono destinati a esplodere, e per l'ottima posizione, e per la bellezza l'eleganza delle fabbriche ristrutturate da artisti e designer di avanguardia.

Davide Cirelli
(da Pechino)



Pechino,
la Città
Proibita



ADVISORY | VALUATION | INVESTMENT

OUR EXPERIENCE
YOUR VALUE.

Reddy's Group Spa
via Nerino, 5 - 20123 Milano
Tel. +39 02 72 52 91 - Fax +39 02 86 45 25 97
email: reddys@reddysgroup.com



Viaggio in Australia

Executive summary

- * The Australian real estate investment market is estimated to be worth around A\$270 billion (US\$238 bn), with REITs representing over half of this. The market has grown strongly due to increasing flows of capital from superannuation funds and rising asset allocations from investors at the expense of traditional investments.
- * Due to the broad range of real estate assets types, investment in this asset class offers a diverse product offering, making investment accessible to a wide range of investors who have varying appetite for risk.
- * The direct real estate market has performed very strongly over the short term. Its attractive positive returns reflect favourable space market fundamentals and solid capital market conditions, both underpinned by positive macroeconomic conditions. REITs have outperformed shares and fixed-income over the last ten years, delivering an attractive stable and secure yield of approximately 7%.
- * Changing structural characteristics for Australian REITs include rising leverage levels, increasing exposure to international assets and a move towards stapled vehicles.
- * Since direct property returns tend to have low correlations with other major assets classes, it has the potential to deliver substantial diversification benefits when included in a balanced portfolio.

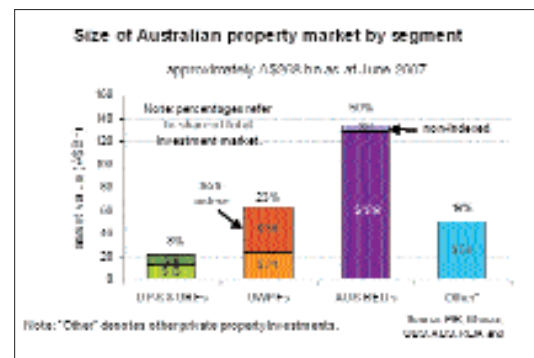
1. Introduction

This report provides an overview of the Australian real estate investment market. Section 2 discusses market size and its growth profile. Section 3 discusses investment performance, both in terms of absolute return and risk-adjusted returns. Section 4 presents a brief discussion on the structural characteristics of the real estate sector with particular focus on AUS-REITs. Section 5 briefly touches on pricing considerations such as yield movements, liquidity and transparency. Section 6 discusses investment products. Summary remarks are presented in Section 7.

2. Market size and growth

The Australian commercial real estate investment market, as shown in Figure 1, has an estimated market asset value of around A\$270 billion (bn). Due to the large scale of good quality real estate assets, investment is commonly accessed via three main types of property holding vehicles which include: direct property syndicates (DPS) and unlisted retail funds (URFs), unlisted wholesale property funds (UWPFs), and AUS-REITs. In addition, property assets are held on corporate balance sheets and by private investors; this segment, labelled 'öther', is estimated to be A\$50bn.

Figure: 1



Real estate investment offers investors exposure to a wide range of property sectors. The main sectors include commercial office buildings, retail shopping centres and industrial warehouses. These sectors are referred to as 'öcore' property sectors. DPS and URFs refer to small private investor funds and represent a small part of the property investment market with a gross asset value of A\$22bn and a share of around 10% (excluding the 'öther' category). The attractive nature of property syndicates for retail investors arises from its relatively higher income yield (a level of returns associated with lower quality grade stock) and tax benefits. UWPFs refer to large (private) real estate funds which cater for institutional mandates and super-

annuation funds. They are a significant part of the property investment market with an asset base around A\$60bn and market share of approximately 28%.

AUS REITs refer to real estate investment trusts which are listed on the Australian stock exchange. They comprise the largest component of the property investment space with an asset value around A\$135bn and a market share of 62%.

The Australian real estate investment sector experienced exceptional growth since the late 1990s. Over the last 9 years, the sector has recorded average growth of 20% per annum (pa). This strong growth is attributable to a variety of factors which include: the growth in superannuation investment (via the government compulsory pension scheme) into property, the growing popularity of annuity style investment funds, strong capital raisings as a result of a sector shift and rotation of investment funds from traditional investments (such as general equities and fixed-interest), and the access to liquidity relative to direct property offerings.

Within a global context, the Australian listed property market represents a small but significant component. Table 1 reports the estimated size of the commercial real estate market, segmented by country/region. The value of the global commercial real estate market is estimated to be around US\$15 trillion. Importantly, Australasia (Australia and New Zealand) is regarded to be highly securitised with around 39% of real estate securitised. The lower level of securitisation in offshore markets presents opportunities for Australian investors to tap into the global real estate market.

Table: 1

Country/Region	Total real estate market value (US\$ bn)		Securitised real estate market value (US\$ bn)		Securitisation %	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007
USA	8,500	8,500	1,000	1,000	12%	12%
UK	1,500	1,500	1,000	1,000	67%	67%
France	1,000	1,000	1,000	1,000	100%	100%
Germany	1,000	1,000	1,000	1,000	100%	100%
Japan	1,000	1,000	1,000	1,000	100%	100%
Australia	1,000	1,000	1,000	1,000	100%	100%
Asia	1,000	1,000	1,000	1,000	100%	100%
Latin America	1,000	1,000	1,000	1,000	100%	100%
Other	1,000	1,000	1,000	1,000	100%	100%
Global	15,000	15,000	5,000	5,000	33%	33%

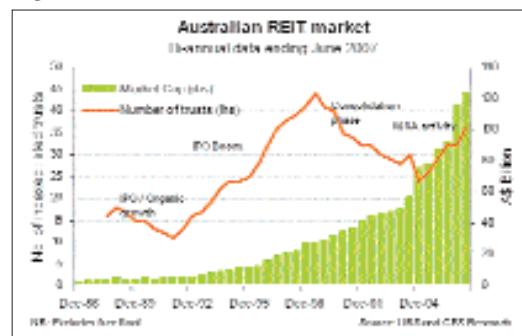
AUS-REIT market

The Australian Real Estate Investment Trust (REIT) market has become one of the most sophisticated and mature listed real estate investment markets in the world since its establishment in 1971. As at June 2007, the number of REITs within the S&P/ASX 200 Property Accumulation Index stood at 24 with a combined market capitalisation of A\$114.5bn. In terms of the S&P/ASX300 index, the number of REITs and market capitalisation were 36 and A\$123.6bn.

Over the past 20 year period the Australian REIT

sector has experienced strong growth, averaging 21.4% pa. Figure 2 shows the number of indexed listed trusts and their combined market capitalisation since 1986 to June 2007 for the S&P/ASX300 index. Notably, after the IPO boom of the early and mid 1990s, the sector went through a consolidation phase towards the late 1990s through to 2004 with a number of REIT takeovers reducing the number of trusts within the sector. Despite this, the sector continued to grow through new capital raisings and price appreciation. More recently, a number of new REITs have been established providing strong growth in the total market capitalisation of the sector.

Figure: 2



Furthermore, over this period, the REIT sector has comprised a growing proportion of the overall listed equity market. The market capitalisation of REITs to the S&P/ASX200 Accumulation Index has risen from 2% in 1986, and now stands at around 10% as at June 2007.

3. Investment performance

Investment in real estate delivers investors two main return attributes. It provides investors with a consistent income stream, secured by relatively long rental leases, which (arguably) provides an inflation hedge. This tends to give property returns a bondlike quality. It also provides investors with capital returns, underpinned by the macroeconomic environment. The combination of these return components characterises property investment as a hybrid asset class, sitting between fixed-interest (FI) and shares.

Performance to other asset classes

The following briefly discusses performance in terms of absolute returns and risk-adjusted returns.

Absolute return performance

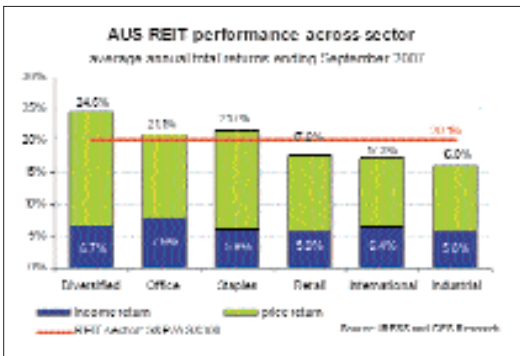
Figure 3A provides an overview of the historical return performance for selected asset classes in Australia. Reading the three bars from left to right for each asset class shows the historical average nominal returns for the last 10 years, three years and twelve months ending September 2007 respectively.

Also, as highlighted in Figure 4, the property series exhibits a structural break around 1994/95. Prior to this, the return series are characterised by pronounced swings. This coincides with structural changes that have occurred in the wider macro-economy, especially with interest rates and price inflation. The long term bond rate has moved from a relatively high rate (average 13.1% in the late 1980s) to a moderately low rate, currently hovering around 6%. The headline CPI inflation rate has declined considerably as well, with the recent time period considered to be a comparatively benign inflation rate period with the current rate residing within the RBA's 2-3% target band.

Property performance at the sector level

Figures 5A and 5B show property investment performance at the sector level for both REITs and direct property assets (based on the PCA / IPD Performance Index) respectively. As mentioned earlier, over the last twelve months return performance has been strong for both the REIT sector and direct property; however, there has been variability across sectors.

Figure: 5A

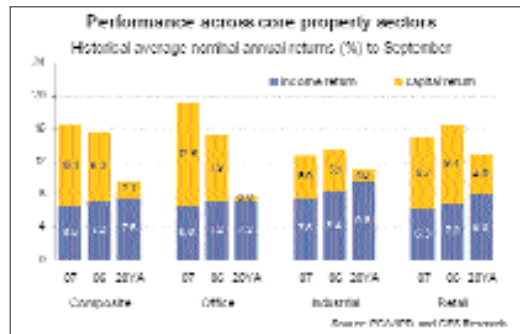


Clearly, the office sector has recently outperformed all other sectors due to strong capital growth. This is primarily due to very favourable space market conditions where demand is in the growth phase of its cycle while supply remains relatively moderate, as well as the sharp firming in investment yields. This latter point has been the driver of positive capital growth across most property sectors. The strong income return from stapled trusts reflects solid earnings from off-balance sheet activities such as funds management and property development.

4. Structural characteristics

Over the last decade the structure of REITs has changed markedly in four main ways: i) greater sector diversity; ii) greater exposure to offshore real estate; iii) leverage levels have increased substantially; and iv) changing management structure. These elements combined have reshaped the REIT market and exposed investors to non-traditional types of

Figure: 5B

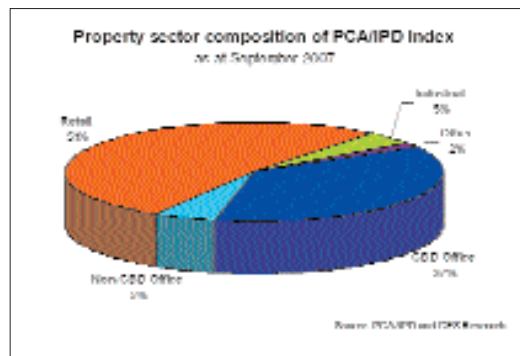


property investments and their associated risks. These are briefly discussed below.

Property sector diversity

Property investment offers a diverse range of asset types, covering many sectors and sub-sectors, asset grades and geographical locations. This asset diversity offers investors a wide range of property products, catering for different investor risk and return profiles. Figure 6A highlights the breakdown of the PCA / IPD index as of September 2007 by total value. As can be seen, a majority of the index is comprised of retail property assets (with a share of 51%), followed by office properties at 42%. Figure 6B shows the sector split for the REIT sector based on market capitalisation (as at September 2007). Notably, sector-specific trusts represent 63% of all REITs in the index. As with exposure to direct property holdings, REITs have a very large exposure to retail-sector specific trusts with a share of 44%. Over the last two decades the REIT sector has become increasingly specialised. Prior to 1992, the sector mainly consisted of diversified trusts. However, since 1992 the launch of new REITs have become increasingly sector specific. This has been primarily driven by investor demand with a preference for choosing which sectors to invest in themselves.

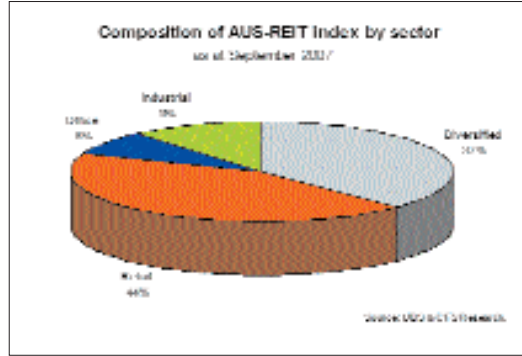
Figure: 6A



In contrast to the US, residential property investment (or multi-family apartment ownership) is yet

to appear as a sector in REITs. This is due to the yield being significantly lower to that offered by commercial real estate. However, some REITs, such as Mirvac and Stockland, have exposure to residential development from which they derive significant earnings.

Figure: 6B



While exposure to non-core real estate investments is small in terms of value, Table 2 highlights the diversity of this investment segment. Notably, a large part of the non-core investments reside in the unlisted vehicles.

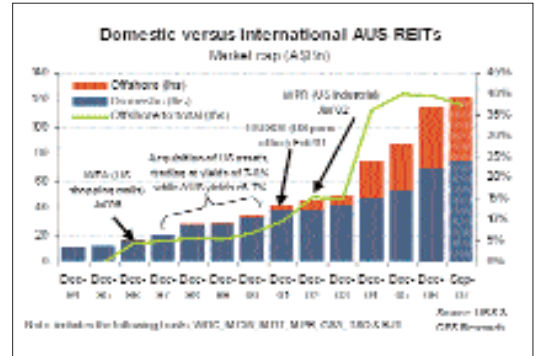
Exposure to international real estate

As domestic trusts compete aggressively for local based assets, the lack of quality product has forced REIT managers to source quality product internationally. Figure 7 highlights the increasing exposure to international real estate assets, which currently stands at around 40% of total market capitalisation. As such, an investment in the Australian REIT market offers investors exposure to domestic or international real estate markets or a combination of both.

One of the main drivers for investing in offshore property markets stems from the 'weight of capital argument' (i.e., the limited availability of quality stock against the abundance of capital, both in terms of availability and placement). The mismatch is graphically represented in Figure 8. While capital flows from superannuation funds are ex-

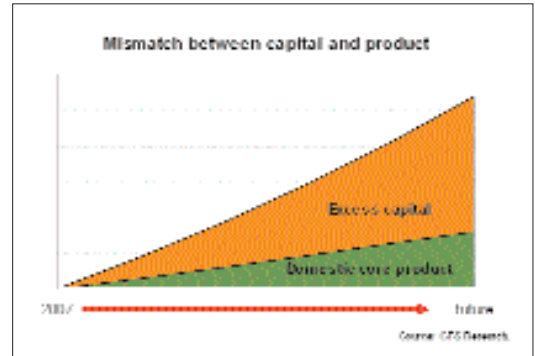
pected to grow by around 10% pa, the growth in core domestic product is estimated to grow between 3%-4% per annum. Hence, accessing offshore assets for domestic investors will help alleviate this imbalance.

Figure: 7



Apart from the weight of capital argument for going offshore, other factors contributing to this push include the search for improved risk-adjusted returns (where domestic opportunities become scarce) and the search for diversification benefits. It is likely the domestic unlisted wholesale market is set to follow this trend, sourcing product from offshore markets to meet their target allocations, while international pension/wholesale money is well established in international property markets.

Figure: 8



Gearing levels

Another changing feature of the real estate investment market is the level of gearing. Figure 9 shows gearing levels for REITs, UWPFs and syndicates. Clearly, gearing levels differ markedly across property vehicle and over time.

Leverage levels in REITs have increased strongly since 1994 from 10% to stand around 35% at present, although it varies across sub-sectors. The increased gearing is attributable to: i) a gradual reduction in the level and volatility of market interest rates; ii) greater use of capital management to expand and generate enhanced returns (strong dis-

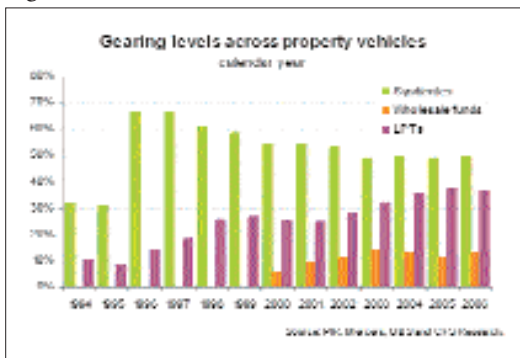
Table: 2

Non-core real estate exposure				
as at June 2007				
Sector	Unlisted*		Listed†	
	Number of funds	Asset value (\$M)	Number of funds	Asset value (\$M)
Agricultural property	19	405	4	140
Childcare/education	5	230	1	310
Car parking	3	757	-	-
Hotel	18	1,809	4	1,165
Leisure/entertainment	5	521	2	520
Residential development	10	657	-	-
Residential property	42	840	-	-
Retirement	7	610	1	641
Student apartments	13	118	-	-
Total	123	5,300	12	3,000

* Includes unlisted real estate trusts of funds. † Source: IRESS, NRI and CFS Research

tribution per unit growth); and iii) historical low levels of (perceived) risk in property investment. Gearing levels within WUPFs remain relatively low in comparison to REITs and syndicates. Most of the funds' trust deeds, which represent investors of superannuation funds, have been reluctant for the funds to carry high levels of debt, due to concerns of introducing greater volatility in return profiles. However, in the past few years gearing levels for Mercers unlisted wholesale funds have risen towards 10%-15%.

Figure: 9



Property syndicates carry relatively high gearing levels, hovering around 50%. Despite this high gearing level, investment into property syndicates is usually accepted by investors, induced by the (perceived) lower cost of debt, the tax effective benefits of owning property and low earnings volatility in property income versus other investments.

Management structure

A key feature of REITs has been the emergence and popularity of stapled trusts or internally managed trusts (IMTs) opposed to externally managed trusts (EMTs).

IMTs are where REIT units and shares in a corporation are stapled together. Each stapled security comprises one unit in the trust stapled with one unit in the corporation. Such corporations engage in a range of property service, management, development and construction activities. Distributions from the trust typically include a tax-advantaged component and dividends from the corporation may be franked. While IMTs don't have fee leakage (in terms of external management fees) they have company overheads (which are approximately 20 basis points of gross asset value (or GAV)).

EMTs are where management of the assets is outsourced to a third party. Under this arrangement, the asset manager receives a fee from the trust (on behalf of unit holders). Importantly, trust distributions to unit holders are net of management fees (leakage) and are typically tax advantaged.

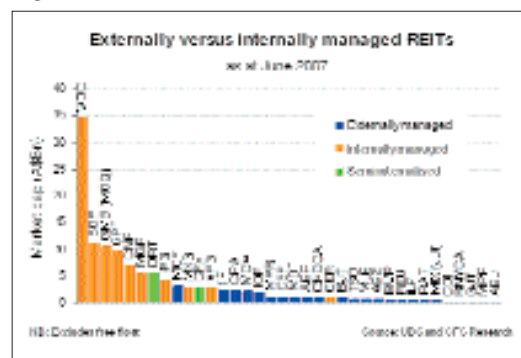
The change in structure has given the IMTs the

ability to bid higher prices on assets before acquisition becomes dilutive to expected income. With IMTs having this management fee arbitrage over EMTs, the response by EMTs has been to flight back, based on performance and by cutting management fees. Currently, the average fee for EMTs is 0.47% of GAV.

Figure 10 shows that as of June 2007 there were eleven IMTs with a combined market capitalisation of \$90.7 billion, representing a significant 73% share of total REIT market capitalisation. This current wave of stapling REITs with development-type investment businesses is, arguably, exposing REIT investors to a different, enhanced return profile with greater risk. While this exposure is providing investors potential future EPU (earnings per unit) growth, the stability of the income return is preserved with rental income still accounting for over 90% of the REIT sector's income.

Overall, while both structures have advantages and disadvantages, it can be argued that overall performance depends on the quality of the management team, its strategy and ability to execute the strategy.

Figure: 10



5. Pricing considerations

This section briefly discusses some key pricing considerations which include; movements in investment yields, liquidity and market transparency.

Trends in investment yields

Figures 11A and 11B show trends in investment yields for the direct property markets and distribution yields for the REIT market respectively. Clearly, yields have been firming (i.e., trending down) over the last 10 years across all sectors, although the speed of tightening varies across markets. This trend in pricing is consistent with other real estate markets around the world.

The drivers of this yield firming include: i) cyclical favourable space market fundamentals; and ii) strong investor demand for real estate investment. This latter point is underpinned by: i) a re-rating

of risk (investor expectations of risk is down weighted against traditional asset classes); and ii) weight of capital phenomena. These later two factors are structural in nature and set to continue unless capital markets experience a sharp tightening in liquidity (or credit conditions), such as the recent credit crunch scenario.

Figure: 11A

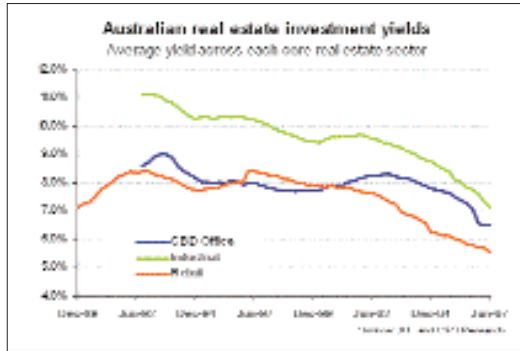
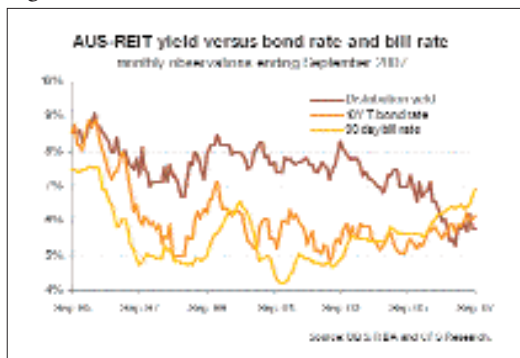


Figure 11B highlights that in recent times AUST-REIT distribution yields have fallen compared to those achievable on short-term and long-term market interest rates. While REITs have traditionally been oriented towards offering attractive income yield (over the long-term bond rate), intensive bidding for premium quality assets has seen REITs re-focus their pricing strategies (at least over the short-term), shifting from a yield play to a growth play based on robust expected rental growth profiles, underpinned by the generally tight nature of the physical space market conditions.

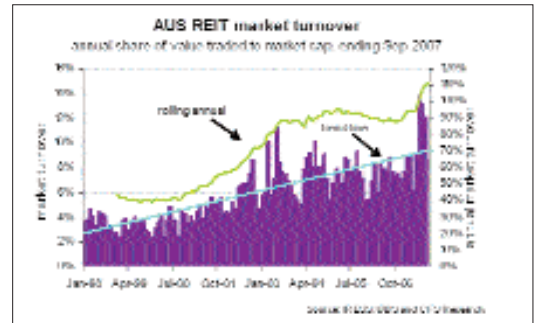
Figure: 11B



Liquidity in AUS-REIT market

A key appeal of REITs to investors is that it offers liquidity while obtaining exposure to real estate investment. In conjunction with a rising market capitalisation, liquidity (using turnover as a proxy) has also grown strongly in the sector. This is indicated in Figure 12. In 1998 the average annual turnover as a percentage of market capitalisation was around 40% compared with 110% as at September 2007.

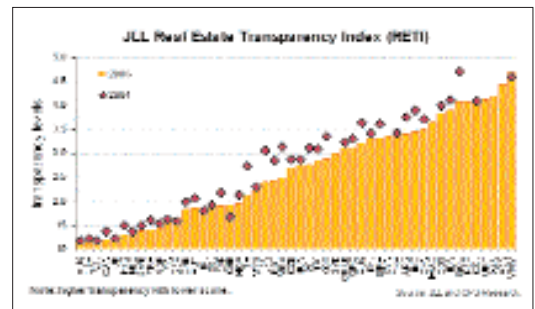
Figure: 12



Market transparency

The Australian real estate investment market has a high degree of property information that is publicly available. The transparency of information in the REIT market is supported by both government legislation and the extensive research undertaken in the property industry. This is highlighted by the REIT market's high ownership (approximately 60%) of investment grade property assets. Globally, Australian has one of the most transparent real estate markets as measured by the JLL Real Estate Transparency Index (RETI). The RETI ranks selected countries on a scale of one to five in regard to how transparent the real estate market is. A score of one represents high transparency and a highly desirable investment market, while a score of five represents the lowest ranking. Figure 13 shows the RETI scores across selected countries.

Figure: 13



Interestingly and predictably, the maturity of the Australian REIT market, and its high degree of transparency, is imposing an increasing level of information disclosure on the unlisted property funds market. This will have positive implications for property investment in general.

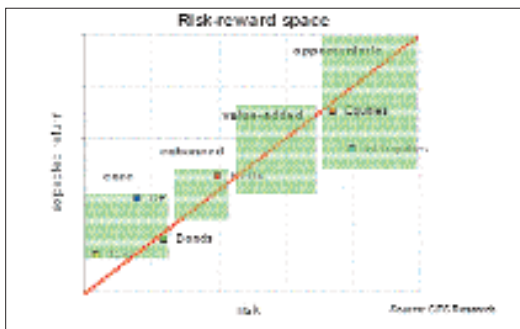
6. Product offering

This diversity in property assets offers investors a wide range of real estate investment products which caters for their differing risk tolerance levels. Figure 14 highlights the stylised investment segments (for the classification of these products) in terms of the risk-return profile. They range from core products, which offer low risk and low return,

to opportunistic products, that offer a higher level of risk associated with a wider range of return profiles. Some elements which influence risk-return characteristics of property investment products include: exposure to offshore markets; varying levels of gearing; and the composition of yield and capital return.

As shown on the chart, direct property resides in the core space, AUS-REITs reside in the value-added space and shares reside in the opportunistic space. Over recent years, in conjunction with a growing property investment market, the offering of property investment products has expanded beyond the core region of the risk-reward space in an attempt to seek alpha (enhanced risk-adjusted) returns. For instance, Australia has seen the development of investment products with international property exposure. Such products reside in the value-added/opportunistic region. In addition, the development of products with exposure to non-core real estate sectors (such as hotels and aged-care) is positioned in the value-added region of the risk-reward space.

Figure: 14



7. Summary remarks

Real estate investment offers investors exposure to a wide range of property sectors, split by grade and geographical location. The main sectors include commercial office buildings, retail shopping centres and industrial warehouses.

The real estate investment market has seen strong market growth over the last 10 years, especially for the REIT market which has experienced growth in market capitalization, averaging around 20% pa since 1987.

Direct property investment in Australia has delivered solid returns over the last ten years ending June 2007. It offers an attractive income return to the bond rate coupled with favourable capital returns. REITs have outperformed shares and fixed-income over the last ten years, delivering an attractive stable and secure yield of approximately 7%.

On a risk-adjusted basis, direct property has provided superior investment performance against listed investment asset classes such as fixed-income, shares, REITs and infrastructure. This is primarily attribut-

able to direct property's smoother return profile.

Some structural changes experienced by the real estate investment market, and in particular, the REIT sector include: a growing exposure to international assets; rising leverage levels, and a move towards stapled vehicle structures.

In all, investment in direct real estate has the potential to: i) deliver solid returns with relatively low volatility; ii) provide diversification benefits due to its low/negative correlation with shares and REITs; and iii) offers an extensive product range to accommodate for a wide-range of investors' appetite for risk-return.

8. References

1. Australian Property Funds Industry Survey 2007, Property Investment Research (PIR).
2. Citigroup index data series on listed real estate markets.
3. Jones Lang LaSalle (JLL), Real Estate Transparency Index, June 2007.
4. IRESS.
5. Mercer Unlisted Property Fund Index (MUPFI), various issues, Mercers Investment Consulting, various editions.
6. PCA/IPD Investment Performance Index, September 2007, Property Council of Australia and Investment Property Databank.
7. Property Funds Survey, Property Investment Research, May 2007.
8. Reserve Bank of Australia (RBA) various statistical tables, www.rba.gov.au
9. UBS, September 2007, UBS Real Estate Weekly, UBS.
10. UBS, September 2007, UBS Real Estate Monthly, UBS.

L'articolo qui pubblicato è un'esclusiva di **Economia Immobiliare**, e si deve al **Research Team di Colonial First State Global Asset Management**, diretto da **Anthony De Francesco**.

RESEARCH TEAM

Anthony De Francesco Head of Research

+61 2 9303 3598

Kate Cam Senior Infrastructure Analyst

+61 2 9303 3509

Luke Hartigan Property Analyst +61 2 9303 2625

Edward O'Brien Research Analyst

+61 2 9303 3495

Charles Wong Research Analyst +61 2 9303 3659

Ritesh Prasad Research Analyst +61 2 9303 7195

Matthew Macreadie Graduate Analyst

+61 2 9303 3186

Mary Bonello Research Assistant +61 2 9303 3518

MAPIC a Cannes



L'ingresso al Palais

Per la tredicesima edizione del Salone del Real Estate Retail, svoltasi a Cannes dal 14 al 16 novembre, il successo è stato travolgente.

E con grande business, nell'opinione corrente di tutti gli operatori da me sentiti e/o intervistati. Più di 10.600 sono stati secondo la Reed Midem, società organizzatrice della Fiera, i partecipanti (provenienti da 67 Paesi): che hanno occupato per tre giorni il Palais e gli spazi adiacenti, tra cui il nuovissimo "Penthouse" (cioè il primo piano del Padiglione "Riviera" così ribattezzato..... si vede che il precedente nome di "Lerini" non andava bene).

Lì, va detto subito, si trovavano stand tra i più imposing del MAPIC: c'erano Altarea, Atisreal-BNP Paribas, Cushman&Wakefield, DTZ, Emaar Malls, Galeries Lafayette, Quinlan, Unibail-Rodamco, Vinci, eLondra. Cioè "The UK retail property stand", ovvero decine di operatori sotto un unico grande ombrello e in un unico grandissimo spazio (è così che si fa, cribbio!!!!!!)

Nato da uno spin off del MIPIM (Salone dedicato all'immobiliare d'impresa che si svolge sempre nella città della Costa Azzura, a marzo, già dal 1990), il MAPIC è una vetrina, dove i pro-



L'addobbo per la Festa di apertura all'Hotel Martinez

getti dei nuovi insediamenti commerciali e/o delle loro estensioni vengono offerti in un'atmosfera divertente e luccicante, che favorisce per comune definizione la creazione di partnership. E rappresenta un'opportunità quasi unica, per le società di distribuzione, di reperire i futuri punti di vendita di interesse. Ma è anche un Forum sul settore e sui suoi trend, un acceleratore di notorietà per tutti gli espositori che vi partecipano. Circa 900 sono state le società Exhibitor, e innumerevoli i retailer. Tra di essi, mi ha affascinato lo stand di Arabian Oud, una società nata solo pochi anni orsono, che propone esclusivamente intensi e persistenti profumi d'oriente, in incredibili e artistici flaconi, ed è diffusa nelle città degli Emirati, ma anche a Londra e Parigi. Pare che nel mirino ci sia anche Milano: se si tro-

verà la location nel Quadrilatero, ben si intende.....

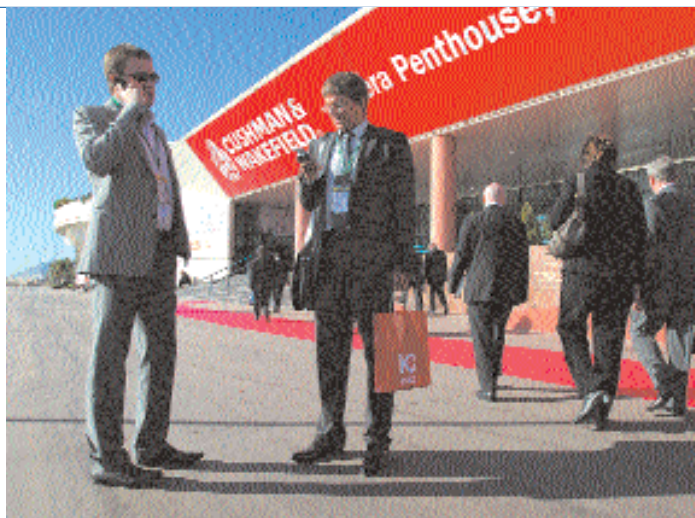
Tra i visitatori del Salone, inutile sottolinearlo, c'erano anche tutte o quasi le principali catene di distribuzione italiane ed estere, tra cui moltissimi rappresentanti della fashion industry e del "lusso": quegli stessi che, alle primissime edizioni, il MAPIC lo snobbavano, perchè troppo..... "commerciale"!!!

Così va il mondo! Adesso, i brand del fashion negli Shopping Centres ci vanno, eccome!

Imponente la partecipazione italiana, con oltre 1.300 persone in rappresentanza di circa 400 enti/società, tra cui moltissimi nomi noti: cito qui solo, perchè li conoscete tutti, e vado veramente random, Fabio Bandirali (Eurohypo), Corrado



Un "ottimo" mezzo di locomozione nei giorni trafficati del MAPIC



Sopra, di fronte al padiglione "Penthouse". A destra, la locandina degli Awards



Vismara e Christian Recalcati (Larry Smith), Leonardo Caltagirone con i figli Edoardo e Allegra, Mauro Mancini (Multi), Pietro Malaspina (Sonae Sierra), Marco Mutti (Foruminvest), i fratelli Pisa (Coimpredil), Claudio Zaniboni (B Consulting), Marco Salvini e Luca Nasi (AIG Lincoln), Mario Taccini (Espansione Commerciale), Luigi Marchesini (Galotti), Tim Santini (Eurocommercial), Carlo Castelli (Aedes) e Christoph Jenny (Jenny & Partners).

Alcune Ladies – tra le numerose – non posso non citarle: ecco dunque i nomi di Rita Fiori (CNCC), Esmeralda Cappellini (Espansione Commerciale), Natascha Jeuck (Iemme Europa), Paola Ricciardi (REAG), Cristina Ferrari Bravo (Schroders), e Francesca Zirnstein (Scenari Immobiliari)....

Ben 53 progetti, per una superficie complessiva di circa 1,4 milioni di metri quadrati, su un totale di 300 (da 32 Paesi, per oltre 12 milioni di metri quadrati) presenti su "2007 Project Directory", volumetto pubblicato da MAPIC in associazione con Retailp.com, sono italiani. Ma questi 53 progetti (sia creazioni che estensioni) non rappresentano la totalità di quanto è stato messo in mostra dall'Italia a Cannes.

Solo per citare due esempi, Espansione Commerciale presentava a Cannes otto nuovi progetti, e Larry Smith ben 28.

Un concept store interamente dedicato al wellness, denominato "Beauty Palace", è stato presentato da Alite Re, presieduta da Mauro Spagnolo. Il Beauty Palace è un Centro Commerciale tematico, completamente dedicato al benessere e sintetizza in un unico luogo servizi e prodotti specializzati, intrattenimento e relax; una sorta di boutique multifunzionale, capace di integrare trattamenti volti al benessere psico-fisico; commercializzazione di prodotti per la cura e la bellezza della persona; servizi food (bar & re-

staurant) in tema salutistico e spazi relax.

Una vera e ambiziosa curiosità (un Outlet itinerante) è stata presentata da Europ Invest, società italo-belga che opera nello sviluppo di progetti immobiliari con destinazione commerciale: "Luxury Outlet Ship" è il progetto di una vera e propria nave da crociera – con una superficie di oltre 4 mila metri quadrati – che accoglierà al suo interno più di 60 luxury shop: grandi brand internazionali in un lungo 'ponte dei desideri; e solcherà i mari, facendo scalo nei principali porti turistici del Mediterraneo, del Mare del Nord e dei Paesi Arabi, per accogliere a bordo utenti che vogliono dedicarsi allo shopping concedendosi al tempo stesso alcune ore di svago e relax, per un'esperienza d'acquisto fuori dai canoni consueti.

Ambiziosi sono anche i progetti di Europ Invest sulla terra ferma. Innanzitutto "Città Sant'Angelo Outlet Village" che, situato in provincia di Pescara, sorgerà su un'area di 140 mila metri quadrati, sulla quale verranno realizzati oltre 30 mila metri quadrati di superficie commerciale. La prima fase ne interesserà 22 mila, con 80 punti vendita e 1.800 posti auto, che diventeranno rispettivamente 120 e 3 mila in uno step successivo. L'apertura del Città Sant'Angelo Outlet Village, prevista per novembre 2008, avrà inoltre importanti ricadute sull'indotto economico: Europ Invest prevede infatti l'impiego di circa 500 addetti.

"Reggello Company Store" sorgerà in provincia di Firenze. Il Centro verrà costruito su un'area di 100 mila metri quadrati, sulla quale sono previsti oltre 21 mila di superficie commerciale. I primi 40 shop, con una superficie media di 200/300 metri quadrati, copriranno un'area di 10 mila; mentre il completo utilizzo dell'area permetterà, in fasi successive, di raggiungere i 120 shop. Nel company store, in apertura a Novembre 2009, saranno presenti anche punti di

ristoro e di intrattenimento e un parcheggio da 1850 posti auto.

“Vigevano Lifestyle Park” nascerà in provincia di Pavia, su una superficie totale di circa 720 mila metri quadrati, e sarà costituito da due differenti tipologie di offerta commerciale: un company store e un retail park. Il primo avrà una superficie di 28 mila metri quadrati, e offrirà principalmente prodotti legati al mondo della calzatura, in linea con la vocazione del territorio che ospita uno dei principali distretti dell’industria calzaturiera. Il retail park, invece, arricchirà il progetto con 16 mila metri quadrati destinati a strutture commerciali medio-grandi che disporranno di una superficie che andrà dai 700 ai 2 mila metri quadrati. Vigevano Lifestyle Park sarà completato da strutture dedicate all’intrattenimento e al tempo libero.

“Valdichiana Retail Park” sorgerà nel comune di Sinalunga, in provincia di Siena, e si svilupperà su una superficie di 60 mila metri quadrati, con 3 mila posti auto.

Europ Invest, che favorirà la collaborazione con i centri storici adiacenti e si farà promotore di iniziative culturali volte alla valorizzazione e alla promozione del territorio per questo Parco, ha presentato a Cannes anche un progetto in Croazia. Il “Kriz Outlet Village” sarà situato a breve distanza da Zagabria. Su una superficie di quasi 23 mila metri quadrati verranno aperti 100 negozi, 50



Velluti e specchi in uno stand originale

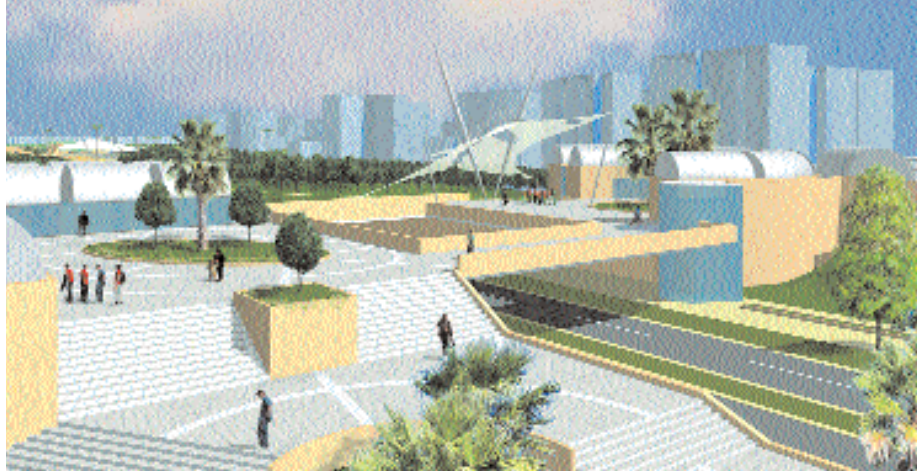
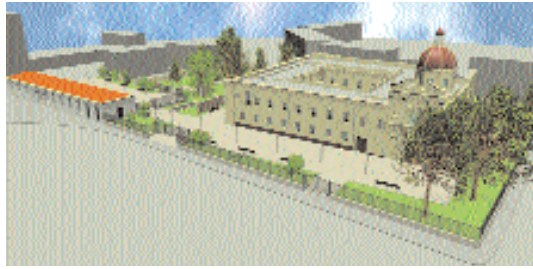
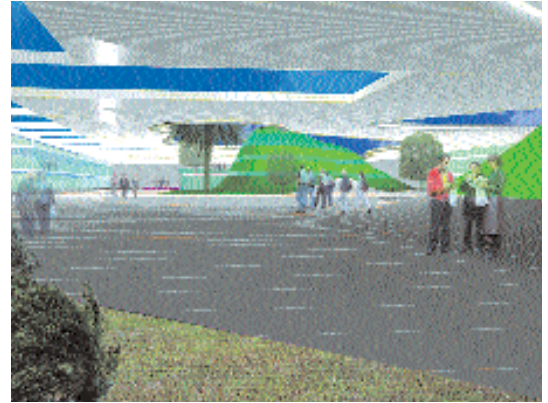
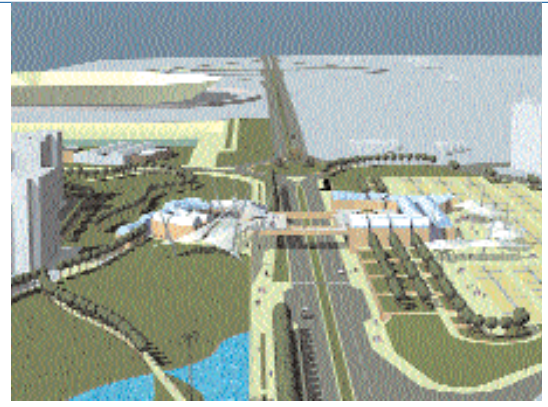
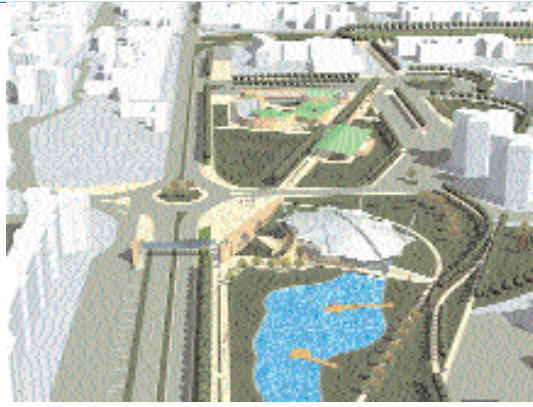
nella prima fase, con un ampio ventaglio di prodotti di marca, che risponderanno alle esigenze d’acquisto di oltre 2.5 milioni di abitanti, a cui si aggiungeranno oltre 3 milioni di turisti. L’apertura dell’Outlet Village è prevista per novembre 2008.

Europ Invest prevede l’apertura di due ulteriori Centri Commerciali uno in Belgio, a Dison, e l’altro in Grecia, ad Atene. La Società ha proposto complessivamente agli investitori internazionali opportunità per oltre 600 milioni di euro.

È stata presentata a Cannes anche un’iniziativa



Alcune immagini del Salone



Rendering predisposti dal Comune di Lecce, per alcuni interventi di valorizzazione della città



Giuria e Vincitori dei MAPIC Awards

di marketing territoriale, pensata con l'obiettivo di valorizzare, sul palcoscenico internazionale, i progetti di sviluppo urbano e commerciale e le opportunità d'investimento proposte da alcuni territori italiani. Quattro soggetti hanno aderito all'iniziativa: l'ACEN, (Associazione Costruttori Edili Napoli), il Comune di Lecce, la Regione Emilia-Romagna, e la Regione Liguria, con 21 progetti complessivamente.

"Destination Italy", questo il nome dell'iniziativa, si trovava nell'area meno felice del Palais: occorre dunque andarci apposta, ammesso che si fosse a conoscenza della sua esistenza. Curiosamente, infatti, alcuni espositori vanno al Salone ma si scordano di comunicarlo..... se non ai giornalisti.

O forse non sanno che la competizione – non dico sul business ma anche solo sulla visibilità – sulla Croisette è feroce. È il caso, ad esempio, del Comune di Lecce, che partecipava per la prima volta all'evento di Cannes presentando sette progetti che riguardano altrettante aree della città pugliese. (Gli interventi si inseriscono nell'ambito dei Programmi di Iniziativa Comunitaria; Programmi urbani complessi e Progetti in ambito POR. Da segnalare il progetto di riqualificazione e recupero che riguarda le ex Cave di Marco Vito che, fra gli interventi programmati, prevede anche la nascita della Città della Musica e dell'Arte).

Al termine della breve presentazione, e già subito in procinto di riprendere un volo verso casa il Sindaco di Lecce, Paolo Perrone (giovane, simpatico e figlio d'arte), mi ha confessato che lui non aveva la benchè minima idea che "Cannes

fosse così". Non appena cominciato a girellare per il Salone – mi ha detto – volentieri sarebbe rimasto più a lungo, per capire e fare meglio la prossima volta.

Complimenti comunque per il coraggio, e speriamo che la lezione sia servita non solo a lui: il MAPIC, come tutte le grandi Fiere di settore, non è una vacanza ostriche e champagne da famigerata "casta", ma un costosissimo investimento.

Se davvero si vuole un ritorno, è inutile presentarsi in fretta e modestamente: occorre organizzarsi per tempo, e bene.

La comunicazione alla Stampa italiana del tipo "ci siamo anche noi", con propagandistiche finalità, non basta. Specie se fatta all'ultimo minuto.

Quelli che al MAPIC ci vanno da sempre lo sanno: investono, e ci restano tutti e tre i giorni. E nei tre giorni portano a casa buoni o ottimi affari.

Torniamo allora al Salone, che è meglio.

Moltissime le Conferenze, sia del programma ufficiale che di quello "privato". E tutte affollate. Molte dedicate al tema della sostenibilità.

Ottimo il risultato della Conferenza organizzata congiuntamente da Assoimmobiliare e da CNCC ("Real Estate in Italy: a success story"), che ha visto nella sua punta massima la presenza di circa 150 persone e che – nonostante la lunghezza, anomala per Cannes – ha goduto, dopo oltre due ore e mezzo di interventi, di una Sala ancora bella piena. Nell'occasione è stato



La festa di apertura

gentilmente distribuito, a cura di Assoimmobiliare, il volume (appena pubblicato nelle edizioni de *Il Sole 24 Ore*, e curato da un gruppo di esperti coinvolti dall'Associazione) dedicato a "Società di investimento quotate".

Innumerevoli e forzatamente contemporanei, as always, gli eventi mondani. Fra tutti – feste organizzate dalla Reed Midem a parte – rimarranno nel ricordo degli invitati la bellissima cena di UP! (struttura di cui fa parte Larry Smith), dove gli ospiti italiani erano tanti; e il ricevimento di Corio all'Hotel Carlton, dove gli italiani erano pochissimi. Ermanno Niccoli e Marco De Vincenzi, che guidano la Società in Italia, hanno organizzato anche quest'anno unitamente ai loro colleghi multinazionali un raffinatissimo "wine tasting" in cui, dopo splendidi vini francesi, italiani e spagnoli, e squisiti manicaretti, è stato offerto anche un flavour di grappa Nonino.

Di moscato, per la precisione.
Presente – con la grazia e la simpatia che la contraddistinguono – Cristina Nonino, dell'omon-

ma dinastia: che produce la grande grappa da ben cinque generazioni.

Last but not least, per la prima volta nella storia del MAPIC due Award sono andati a società italiane. Per la categoria "Clothing & Fashion Accessories", ha vinto Geox; e per "Catering outlets" è stata premiata Illycaffè.

Vivaddio.

Gli altri vincitori sono stati: Media Saturn, per "Household & Electrical Goods", Build-A-Bear Workshop per "Leisure", The Phone House per "Services", e Yves Rocher per "Health & beauty".

Per la categoria "Shopping Centre" è stato premiato il "Forum Coimbra" (Developer: Multi Development Portugal – Promotora Imobiliaria. C'era anche, Vivaddio, un italiano in Giuria: il giovane e bravissimo Christian Recalcati, di Larry Smith. A cui vanno i miei complimenti: fare il Giurato, in un'occasione come questa, non deve stato davvero compito facile!

(PGL)

MAPIC 2008

19 - 21 novembre

SAVE the DATE

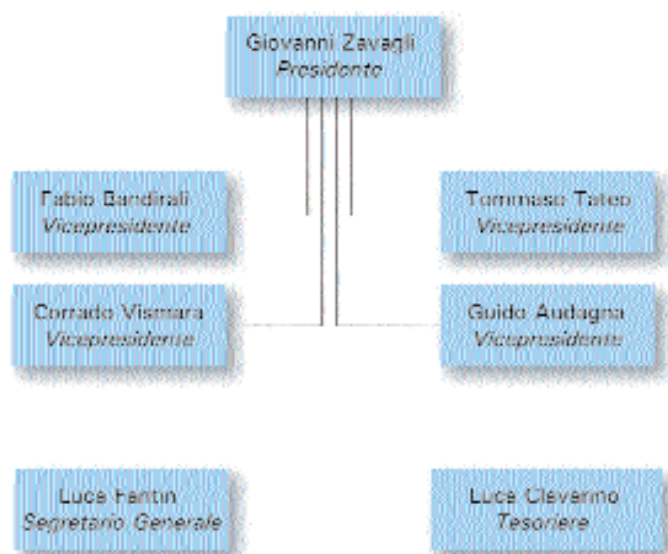


Scopi

Promuovere in Italia (in collaborazione con altre associazioni internazionali e nazionali dei settori immobiliare, tecnico, economico, finanziario, giuridico) la professione di Consulente Immobiliare sia come professionista singolo o associato, sia come società di consulenza, sia come responsabile aziendale del settore immobiliare in aziende bancarie, assicurative, industriali, commerciali, artigiane, agricole o del terziario in senso lato.

Contribuire a elevare il livello morale, culturale, tecnico dei propri associati e di tutti i professionisti del settore immobiliare. Diffondere le tecnologie più avanzate tra gli associati.

Comitato Esecutivo



www.aici-italia.it

EXPO REAL a Monaco



L'ingresso alla Fiera

Sorridero molto soddisfatti Eugen Egetenmeir, Member of the Board dell'Ente Fiera di Monaco, e Claudia Boymanns, Director di EXPO REAL, il pomeriggio del 10 ottobre scorso.

Sfido io, avevamo appena festeggiato con una apposita riuscitissima e affollata Conference i dieci anni di successo del Salone (sì, c'ero anch'io a prendere il microfono: perchè con questa edizione per me fa dieci, unica tra gli italiani a vantare il record di siffatta continuità).

Qualche ora dopo il brindisi (champagne cocktail, by the way) che concludeva la Conferenza ut supra venivano diffusi i dati ufficiali delle pre-

senze di EXPO REAL. Che sono straordinari.

Ben 1.823 sono stati gli espositori provenienti da 43 Paesi (+11 per cento rispetto al 2006), e 23.800 i visitatori, +13 per cento.

Ancora più marcato l'incremento della partecipazione dall'estero, pari al 24 per cento.

Oltre ai 23.800 visitatori il Salone ha accolto più di 15 mila rappresentanti delle case espositrici.

Nel complesso, dunque, a EXPO REAL 2007 erano presenti circa 39 mila persone.

I primi dieci Paesi per affluenza di visitatori, oltre alla Germania, sono stati nell'ordine la Gran Bretagna, i Paesi Bassi, l'Austria, la Svizzera, la



Eleganza a colori

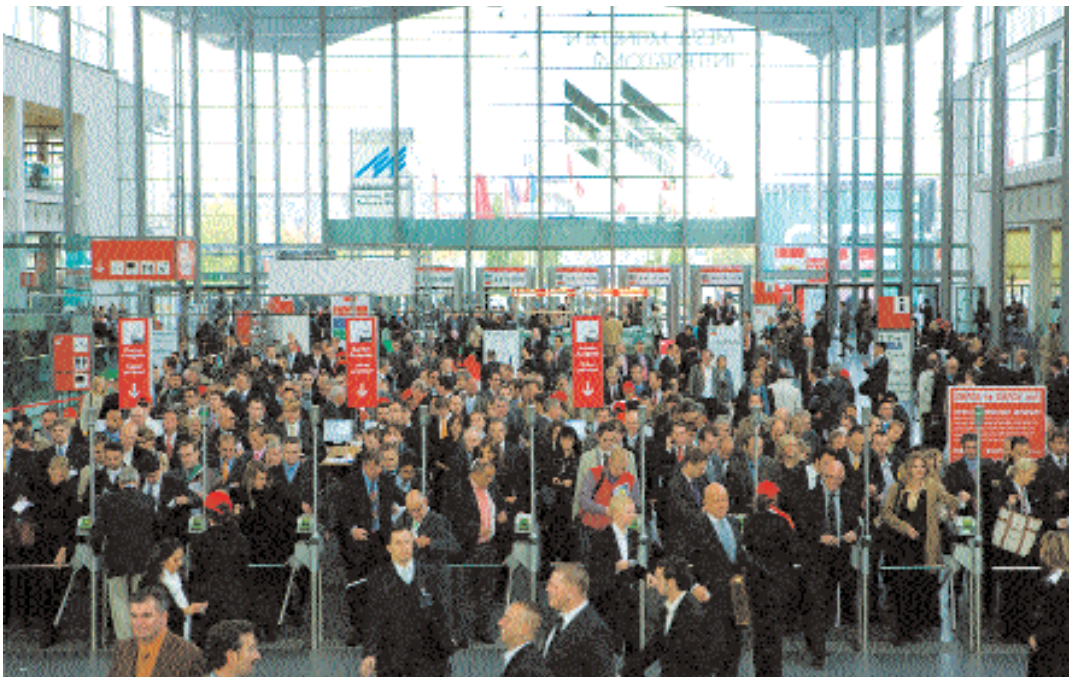
Repubblica Ceca, la Federazione Russa, la Francia, la Polonia, gli USA e ...udite udite, l'Italia. L'evento fieristico si è svolto su sei padiglioni, con una superficie espositiva totale di 63 mila metri quadrati, pari dunque a nove campi di calcio. Gli operatori stranieri hanno occupato più di un terzo degli spazi a disposizione, facendo registrare un aumento superiore al 40 per cento rispetto al 2006.

Nei tre giorni della Fiera, ripeto, circa 39 mila persone hanno affollato i sei padiglioni ma anche le aree esterne circostanti: dove, complice il bel tempo e la temperatura stranamente prima-

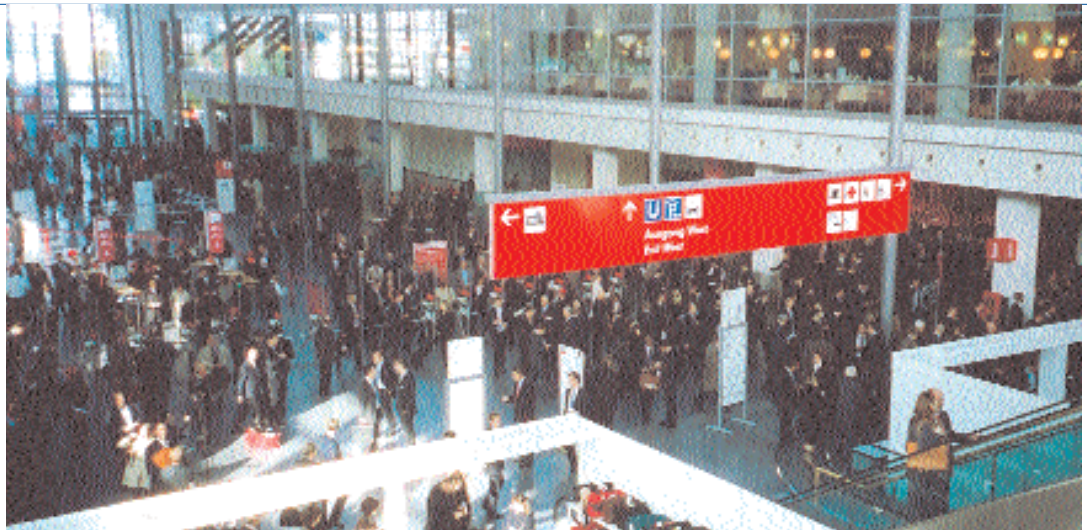
verile, erano stati allestiti deliziosi luoghi di relax. Sul grande prato all'interno della Fiera centinaia di visitatori contemporaneamente mettevano a riposare le affaticate estemità conversando di business tra tavolini e sedie sdraio; o sostavano – naturalmente telefonando o scorrendo il blackberry – sui simpaticissimi sedili gialli a cubo sponsorizzati da Savills.

In un altro viale del complesso fieristico, ressa al "RE Lounge" dove uno stream continuo di bevande e cibi stuzzicanti si concludeva, alla sera, con densi cock-tail aziendali.

Allora, i party sono da qualche anno – come è



8 ottobre, ore 9.00: la folla già preme



L'ingresso alla Fiera

noto – una delle maggiori attrazioni anche di EX-PO REAL. È il social business, Bellezza !!!!

Io ho collezionati una quantità di inviti innumerevoli. Alcuni rigorosamente riservati, all'interno della Fiera e fuori, nei grandi alberghi di Monaco. Altri (praticamente a getto continuo) aperti a tutti, e ognuno con le "specialità della casa". Ma, attenzione, non solo di food& beverage si tratta. No, no, ci sono stati giochi, animazioni, e musica live, e questo sino a tarda sera.

Se a ciò si aggiunge il fatto che i numerosi ristoranti (quasi tutti a tema, alcuni anche piuttosto raffinati) e bar presenti all'interno della Fiera erano perennemente affollati, la sensazione era quella di un immenso ristorante aperto round – the-clocka dimostrazione che la Community immobiliare internazionale dimostra (nonostante i subprime, che io ho già da tempo ribattezzato "subcrime", e il credit crunch) un sano appetito non solo per il real estate : quest'ultimo, però, deve essere sostenibile, di qualità, e in grado di generare redditività , etc...

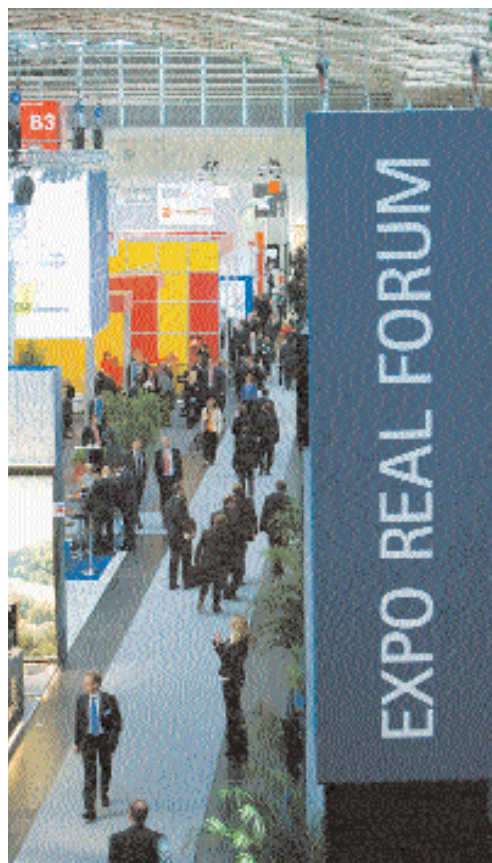
Tra gli eventi più riusciti, il cock-tail di BNP Paribas RE, grazie anche alla presenza di Philippe Zivkovic, carismatico e affascinante Presidente della Società.

Buona – come si è visto – la presenza italiana, specialmente se rappor-

tata alle scorse edizioni. Tra gli espositori del nostro Paese la palma dell'affollamento va allo stand di Sviluppo Lazio ("Greater Rome and Lazio Region"), che ha ufficialmente dichiarato oltre 200 contatti e 60 incontri "b2b" con buyer e operatori esteri interessati a investire nel territorio laziale. Per l'Agenzia regionale si è trattato della seconda partecipazione alla Fiera, nell'ambito delle attività di marketing territoriale svolte per favorire l'attrazione di investimenti nelle aree laziali che beneficiano dei fondi previsti dal Dopcup Lazio Obiettivo 2 2000-2006.

All'interno dello stand (comprendente anche Comune di Roma, Provincia di Roma e Camera di Commercio di Roma, Sviluppo Lazio ha promosso 19 opportunità di investimento nei quattro settori strategici: High-tech, Turismo, Logistica, Insediamenti produttivi) il 9 ottobre si è tenuto il workshop 'Lazio: un ponte per il Mediterraneo una piattaforma per l'Europa'. Per tutto il resto della Fiera, lo stand ha offerto piatti di pasta, porchetta, coniglio, e tante altre apprezzatissime specialità culinarie della regione, nonché ottimi vini.

A rappresentare il Sistema Milano, invece, erano presenti la Camera di Commercio per mezzo delle sue aziende speciali OSMI – Borsa Immo-



Una delle Sale Convegni

biliare e Promos, il Comune di Milano, la Provincia di Milano e, naturalmente, importanti società private quali Palladium, City Life, Brioschi Sviluppo Immobiliare, Addamiano Group, Eurromilano, Aedes, Pirelli RE, Valdadige Costruzioni, Praxi Spa, Sviluppo Sistema Fiera, e Progetto CMR. Presso lo stand ci sono stati due

Workshop tematici, in cui gli assessori del Comune di Milano Gianni Verga e Massimiliano Orsatti, unitamente ad alcuni esponenti del settore immobiliare, hanno trattato diversi argomenti di attualità per il Sistema. Tra i principali, la candidatura di Milano all'Expo 2015.

«Le opere e le infrastrutture da realizzare per l'Expo – ha commentato l'assessore al Turismo, Marketing Territoriale e Identità, Orsatti – costituiranno un modello di sviluppo urbano e architettonico, che saprà coniugare al meglio le esigenze della società civile con le reali necessità del cittadino, nel pieno rispetto dell'ambiente e del territorio milanese, valorizzandone la storia e l'identità». Il Comune di Milano – ha fatto seguito l'assessore alla Casa, Verga – partecipa sempre con grande interesse all'EXPO REAL di Monaco perché è uno degli appuntamenti più importanti



Engelbert Lütke Daldrup

del panorama immobiliare internazionale. La città di Milano non poteva non essere tra i protagonisti di questa importante manifestazione, sia a livello europeo sia a livello mondiale.

Infiniti sono stati gli incontri presso gli stand: presentazioni di progetti e di libri, annunci di deals, etc.....per tutti i gusti davvero. Quest'anno, poi, c'è stata una novità. Tutti i giorni, per tutto il giorno, in una Lounge appositamente allestita in collaborazione con due Gruppi editoriali, si alternavano al microfono alcuni noti giornalisti (tedeschi e inglesi) i quali intervistavano a tambur battente notissimi top player dei vari Paesi. Il tutto transitava poi anche nella Newsletter in versione cartacea che per i tre giorni del Salone è stata distribuita ovunque. Nel mare magnum degli incontri di EXPO REAL (un centinaio sono state le Conferenze del Programma Istituzionale del Salone, con circa 400 esperti di primo piano) si sono scambiate opinioni ed esperienze sugli ultimi sviluppi del mercato immobiliare, come le turbolenze dei mercati finanziari internazionali a seguito della crisi dei subprime loans negli USA, la recente introduzione dei REITs in Germania o i nuovi



Si lavora anche passeggiando



Ressa a un lunch

mercati dell'India e della Turchia. Il grande tema che ha caratterizzato il Salone, comunque, è stato quello della "sostenibilità nel settore immobiliare". Engelbert Lütke Daldrup, Segretario di Stato del Ministero Federale per i Trasporti, Edilizia e Urbanistica (carismatico e affascinante, lo avevo conosciuto personalmente l'anno scorso) ha sottolineato, durante la discussione che ha aperto il programma delle conferenze che EXPO REAL ha definito già con grande anticipo il tema della sostenibilità. Il cambiamento climatico e la sicurezza degli approvvigionamenti energetici sono entrambi discorsi di grande portata che caratterizzeranno il 21° secolo».

Tra le Conferenze del programma ufficiale c'è stata anche quella dedicata all'Italia, in cui sono intervenuti Guido Audagna (MD di Carlyle), Leo Civelli (MD di REAG) e Raffaello Pochettino (che guida Scenari Immobiliari in Germania). L'incontro, che ha avuto luogo il 10 ottobre, ha avuto - grazie alla bravura dei relatori che tra l'altro si sono espressi tutti in inglese - un ottimo

risalto, con almeno 120 persone in Sala. C'erano naturalmente molti italiani, presenti come sempre per "solidarietà nazionale", ma il pubblico era in maggioranza proveniente da altri Paesi. Ecco, tra gli italiani ho incontrato (e cito random, chiedendo scusa agli esclusi), Fabio Bandirali (Eurohypo), Roberto Benaglia (RBS), Luca Clavarino (Hypo RE Int), Andrea Amadesi (AEW), i fratelli Addamiano (Addamiano Group), Roberto Busso e Alessandro Clerici (REAG), Antonio Pastore (BIR-OSMI), Mauro Danielli (FIMAA), Claudio Pancheri (Raethia e EPIC, con i guardian angels Enrico Cestari e Nicola Paravati), Gianluca Mazzi (GVA Redilco), Alessandro Pomini (Palladium), Carlo Oppici (Valdadige), Maurizio Turbini (Pirelli RE), Carlo Romagnoli (Arcotecnica RE), Christoph Jenny e Ruben Pescara (Studio Legale Jenny). C'erano anche gli amici di GeFi (cioè Expo Italia Real Estate): Antonio e Stefano Intiglietta, Simone Finotello e Fabrizio Errico. Ciò non stupisca, è più che logico: tra le varie Fiere domestiche e internazionali dell'immobiliare si sta creando una sorta di sistema, tipo quello aeroportuale. Vi sono infatti gli Hub principali (MIPIM, MAPIC ed EXPO REAL), e poi gli altri "scali" di interesse internazionale tra cui Milano che, dopo soli tre anni, nel panorama già primeggia.

Fra le Ladies, ho salutato Daniela Castagna (RBS), Paola Ricciardi (REAG), Natascha Jeuck (Iemme), Evi Gruber (IXIS-CIB), Marie Zaiti (UBS RE), Nadja Zoebisch (DLA Piper), Valentina Delli Santi (Delli Santi & Partners), ed Elena Capra (Pirelli RE).

A proposito di Pirelli RE, sono certa della presenza di Olivier De Poulpiquet (anche se non l'ho



Business, business, business



Momenti di relax

visto personalmente: è difficile incontrarsi, su 63 mila meri quadrati....). Ma non c'era, peccato, Carlo Alessanro Puri Negri. Chissà, forse l'anno prossimo....

Oltre a Conferenze, cock-tail, feste e canti, a EXPO REAL 2007 tutti erano intenti a fare soprattutto business. E, a quanto ho avuto modo di raccogliere, i business li hanno fatti, eccome!

In sintesi: sorrisi in salsa credit crunch, su un letto di liquidity, anche se con contorno di subprime.

Ultima Noterella. In molti mi hanno chiesto qual'era, secondo me, lo stand più bello. Impossibile rispondere – questa classifica “si può fare solo” a Expo Italia Real Estate. Comunque, lo stand più imposing eraquello di Mosca, che da solo teneva quasi un mezzo padiglione.

L'appuntamento con EXPO REAL 2008 sarà dal 6 all'8 ottobre, sempre presso la Fiera di Monaco di Baviera.

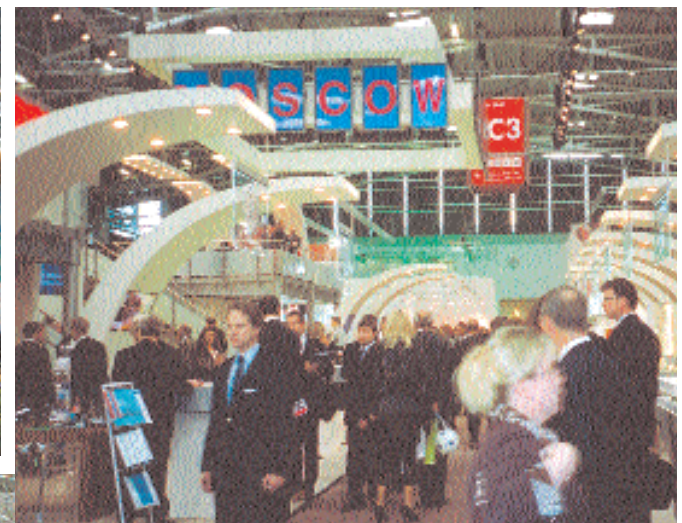
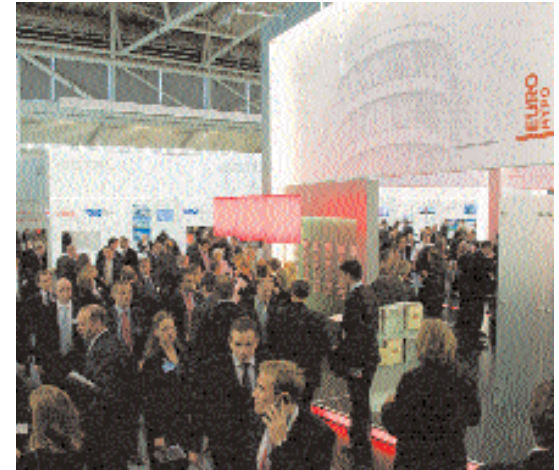
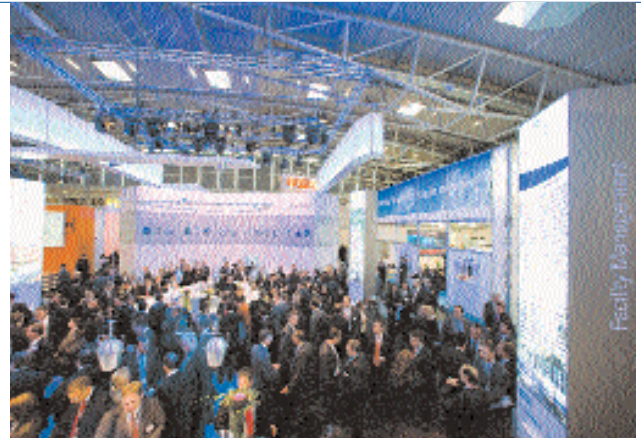
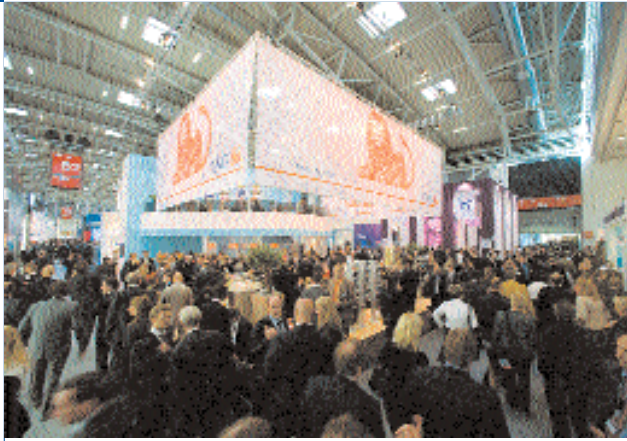
Per prenotazioni, contattare Davide Galli (responsabile per l'Italia delle manifestazioni fieristiche di Monaco, www.monacofiere.com). Ma

ASAP, altrimenti, se va avanti così (e sempre sperando che la Community faccia muro contro i subprime e il credit crunch), aereo e posto in albergo all'ultimo momento non si troveranno di certo: appena prima di EXPO REAL si svolgerà infatti, dal 20 settembre al 5 ottobre compreso, l'Oktobertfest 2008 !!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

VISTI A EXPO REAL 2007

La partecipazione dei Paesi della Central Eastern Europe è stata più numerosa che mai. Nel complesso a EXPO REAL 2007 hanno esposto 15 Paesi dell'area orientale e sudorientale d'Europa, che hanno occupato più del 40 per cento della superficie internazionale. Ciò significa un aumento del 15 per cento rispetto alla manifestazione precedente. Al Salone sono stati presenti per la prima volta la Lettonia (City of Riga) e la Macedonia, alla ricerca di nuovi partner ed investitori internazionali.

Città come Varsavia (Polonia), Bucarest (Roma-



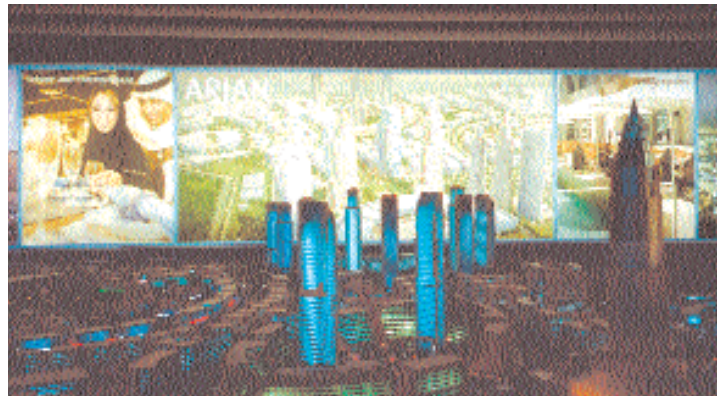
Progetti,
colori e luci
nel panorama
internazionale
del Salone

nia), Bratislava (Slovacchia) e Praga (Repubblica Ceca) hanno presentato i loro ultimi sviluppi urbanistici e progetti di infrastrutture. Inoltre c'erano anche numerose agenzie che operano sui singoli mercati immobiliari, come la Serbian Investment and Export Promotion Agency (SIEPA), che rappresenta la Serbia, la Public Agency for Entrepreneurship and Foreign Investments, agenzia di sviluppo della Slovenia, e l'Albinvest, agenzia ufficiale dell'Albania.

Secondo le analisi degli esperti internazionali (dati diffusi durante il Salone) dimostrano che gli investitori concentrano sempre più la loro attenzione sui mercati immobiliari dell'Est e del Sudest d'Europa. Nel 2006 nell'Est Europa sono stati investiti quasi sette miliardi di euro in immobili, registrando un incremento del 21 per cento rispetto all'anno precedente. Il 43 per cento del capitale ha trovato impiego nel segmento degli immobili per uffici, seguito da quello del retail con il 40 per cento, di cui il 75 per cento in Shopping Centers. I restanti investimenti sono stati effettuati nei segmenti dell'industria, dell'hotellerie e degli immobili a destinazione mista. Circa il 75 per cento delle transazioni totali sono avvenute per immobili situati in capitali, per la maggior parte in shopping center. Ben 4,5 miliardi di euro derivano dall'Europa occidentale, il restante soprattutto da USA, Canada, e Australia. Il flusso di capitali in immobili dell'Est Europa ha dunque superato di gran lunga le aspettative degli esperti.

Sempre più attraenti diventano gli investimenti in progetti di infrastrutture come scuole, ospedali, strade con pedaggi, aeroporti, ecc., soprattutto per investitori che puntano su rendimenti affidabili nel lungo periodo. Questa tendenza è stata rilevata da un sondaggio dell'Urban Land Institutes (ULI) in collaborazione con PricewaterhouseCoopers al quale hanno partecipato più di 390 investitori, sviluppatori di progetti, enti di finanziamento e consulenti di tendenze sul mercato immobiliare. Soprattutto nei nuovi Stati membri dell'UE si offre un mercato dalle grandi dimensioni, poiché in questi Paesi c'è ancora molto da modernizzare. RREEF stima il potenziale del mercato europeo delle infrastrutture tra i quattro e i cinque miliardi di euro.

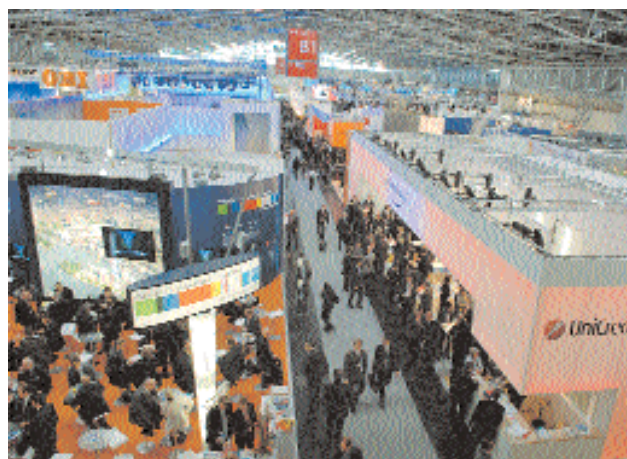
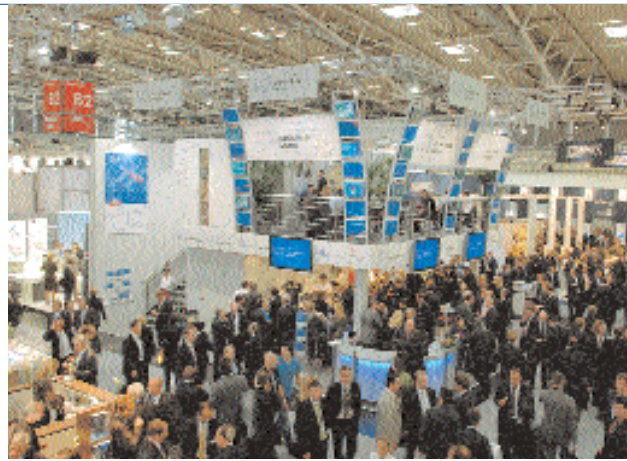
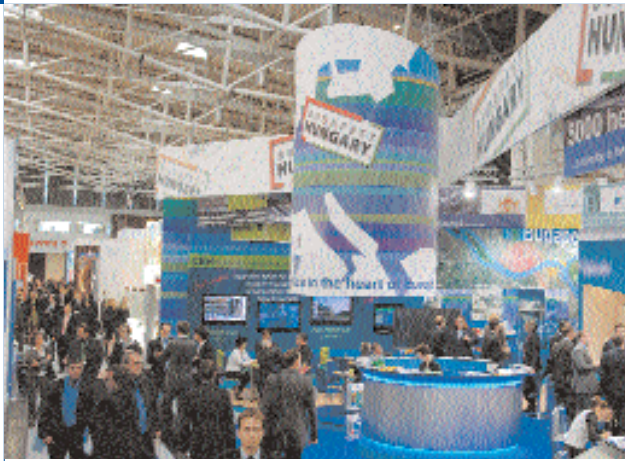
I riflettori di EXPO REAL si sono puntati anche sull'Ungheria, in un apposito Workshop cui hanno partecipato i rappresentanti di aziende estere attive nel Paese, come la tedesca ECE, grande player europeo nel sviluppo dei Centri Commerciali in centro città. Nel 2006 ECE ha ricevuto in Ungheria l'Award di una rivista specializzata ("Construction & Investment Journal") per la galleria commerciale a Győr quale migliore Shopping Center realizzato nell'anno.



Tre stand molto visitati

La società di consulenza immobiliare King Sturge è già da tempo presente nella nazione magiara, e recentemente, inoltre, King Sturge ha inaugurato nuovi uffici in Slovacchia e in Croazia nell'ambito della sua strategia di espansione nell'Europa Orientale.

Il programma del ciclo di conferenze denominato "Real Estate Investors Guide" ha puntato anche sulla Romania, Paese è diventato oggetto di interesse per gli investitori internazionali che cercano opzioni a elevata redditività. Finora La Federazione Russa ha partecipato al Salone con una presenza straordinaria, oltre una cinquantina di espositori, tra cui Coalco, Krost Constructions, Renova Stroy Group, Absolute Investments, Sberbank, Jupiter e RIGroup. Rispetto all'edizione dell'anno scorso la partecipazione russa è aumentata del 25 per cento. L'attenzione si è concentrata nella capitale Bucarest, ma anche altri centri urbani come Cluj, Brasov



Folla, folla, folla...

e Constanza stanno diventando sempre più interessanti per gli operatori. Soprattutto la città di Timisoara nell'Ovest del Paese è, dopo Bucarest, il centro urbano che si sta sviluppando con maggior dinamicità. Di fronte al crescente interesse degli investimenti internazionale, vi è però in Romania una scarsità di progetti adeguati.

Per la prima volta l'Ucraina è stata presente in veste di espositore a EXPO REAL 2007 e anche al suo programma di conferenze. Con i suoi quasi 50 milioni di abitanti e sette grandi città, l'Ucraina si è trasformata in un mercato di notevoli dimensioni per i gruppi internazionali. Un esempio di development è l'Eastgate, un parco logistico alle porte di Kiev. L'esperienza raccolta durante questa realizzazione sfocerà nel prossimo progetto: il Westgate che sorgerà all'altro capo della capitale.

Nel gigantesco padiglione della Federazione russa è stato presentato il cosiddetto "New Ring of Moscow", che prevede la costruzione di quasi 200 grattacieli per diverse utilizzazioni. Il gruppo RI Group ha illustrato i suoi progetti di grandi e moderni complessi per uffici e Centri Commerciali nella regione di Mosca

Ma anche città come San Pietroburgo, Ekaterinburg o Kazan, e regioni come quella del Tjumen hanno scelto il Salone per far conoscere i loro recenti progetti di sviluppo urbanistico, alla ricerca di investitori e partner.

Grazie a questi progetti la Russia è diventata un obiettivo di grande attrazione per i capitali stranieri. Nel primo semestre del 2007 sono affluiti nel Paese quasi 27,3 miliardi di euro (considerando anche il mercato dei valori mobiliari, 33,4 miliardi di euro). Nel settore degli immobili questi investimenti abbracciano soprattutto stabili per uffici e per il retail, ma anche il segmento logistico e alberghiero.

IL "CAREER DAY"

Anche quest'anno EXPO REAL ha organizzato, per studenti e giovani diplomati, il "Career Day", con l'obiettivo di informare sulle opportunità di formazione e aggiornamento nonché sulle possibilità di carriera e per permettere di stabilire contatti con le aziende del settore immobiliare. Molti espositori e molti player si sono messi a disposizione per incontrare i più giovani, e rispondere alle loro domande.

I professori delle Università tedesche di Weimar e Friburgo, della Scuola universitaria di Nürtingen, dell'Accademia professionale di Lipsia e dell'International Real Estate Business School (IREBS/Università di Ratisbona) hanno inoltre analizzato i diplomi e i titoli che favoriscono la carriera nel settore. A EXPO REAL hanno par-



Partecipanti italiani allo stand di Milano

tecipato una quarantina di università, accademie professionali e istituti di formazione.

E INFINE UN LIBRO

È stato presentato al salone un libro destinato a diventare molto importante per tutti gli "studenti immobiliari": "Real Estate Asset Management" (cfr foto in questa pagina). Il volume, scritto in inglese da tre Top Manager immobiliari europei che con l'argomento hanno quotidiana dimestichezza, affronta in modo molto concreto e a tutto campo il ruolo – sempre più rilevante – che l'Asset Management ha all'interno del "Life Cycle" del real estate. Dal processo di acquisizione alla due diligence, dal "core gestionale" al disinvestimento, dal Project controlling al business finance, la pubblicazione non trascura alcun aspetto di questa che è – al tempo stesso – una disciplina e una professione. Molto utile anche l'indice, che è allo stesso tempo quasi un percorso da "dizionario": si comincia con "absorption rate" e si finisce con "yield curve".

Pubblicato da Europe Real Estate Publishers BV e CompEtence Circle Service GmbH.

Il Volume, fuori commercio, può essere richiesto alla Società Europolis, Real Estate Asset Management GmbH, Vienna, che ne ha curato la pubblicazione.



A Expo Real si presentano anche nuovissimi libri. Al centro, il famoso giornalista tedesco Andreas Schiller

Rapporto da EPIC

27 settembre, ore 9.30 circa. Sta per avere inizio la nona edizione della Conferenza denominata EPIC, uno dei grandi eventi della scena immobiliare non solo italiana. Mi guardo attorno, c'è un'atmosfera diversa dagli anni passati. Poco festosa, anche se l'Hotel St. Regis è sempre affascinante, e il welcome coffee è ricco. Difficoltà nel traffico aereo – per non parlare di quello automobilistico – creano vuoti in sala, e il ritardo nella “partenza” dei lavori è d'obbligo.

Claudio Pancheri, Chair di EPIC, è così costretto a “tagliare” parte del suo discorso d'apertura (che nella versione integrale è toccante e istruttivo, e quindi lo propongo integralmente in Nota), per cedere subito la parola alla star della mattinata: Philippe Daverio, stori-

co dell'arte e “antropologo culturale”, notissimo anche al pubblico delle televisioni per una trasmissione di grande successo.

Applausi scroscianti salutano il famoso Relatore. E applausi interminabili commentano senza necessità di altre parole le sue riflessioni ad alta voce. (Sono certa che se Philippe Daverio si fosse trattenuto anche al lunch, in molti gli avrebbero a viva forza messo in mano un microfono pregandolo di continuare l'esposizione sul “senso” della città e dell'architettura). Con voli pindarici logicamente e strettamente concatenati, profonda cultura priva delle borie dell'erudizione, passando con semplicità dal neolitico al futuro, Philippe si sofferma sull'urbanistica di ieri (e quindi di oggi) definendola “fallimento di gruppo”. Parla di design



Una Sessione “Plenaria”



Philippe Daverio



Claudio Pancheri

nella sua possibile applicazione anche alle città, di nomadismo e di architettura “stanziale”, aggiungendovi subito Tacito (per 12 e più secoli i germani vissero senza costruire alcunchè). Passa sul concetto di skyline e landmark, e ricorda il suo entusiasmo di ragazzino allorchè sindaci e parroci inauguravano edifici orribili – ma con passione liturgica – degli anni '50 e '60 (egli proviene da una famiglia che per generazioni ha “prodotto” costruttori). Cita esempi di modificazioni funzionali perfettamente riuscite (Castel S. Angelo a Roma), e soprattutto osserva che «noi latini costruiamo per l'eternità, gli altri (americani in primis) costruiscono per il real estate»: il Ponte Vecchio di Firenze è emblema della prima attitudine, il Ponte Nuovo di Parigi della seconda.

Chiedo venia a Philippe Daverio per aver così bruscamente ridotto, e in poche righe, il senso del suo affascinante ragionamento. Che è talmente intelligente da rendere affascinante questo uomo – diciamolo pure – un po' bruttino, che porta come una bandiera elegante orridi pantaloni rossi e papillon improbabili per chiunque altro: e che ha saputo diventare un vero profeta del bello. Difficile, prendere la parola dopo di lui. Ci prova, prima del lunch, una teoria di Relatori italiani ed esteri coordinati dal brillante Stefano Balsamo, che a Roma è MD di JPMorgan, ma a EPIC si presta simpaticamente a far da moderatore.

Lunch, e poi via

con i “games” e i “matchmaking”, una ventina in totale i Relatori (vedi le foto in queste pagine) coinvolti a vario titolo.

La gente nel frattempo continua ad arrivare, e le Sale sono piene. Grande consenso, in particolare, per il tema “social housing”, che vede tra gli altri al Tavolo il nostro beloved assessore alla Casa&Demanio del Comune di Milano, Gianni Verga.

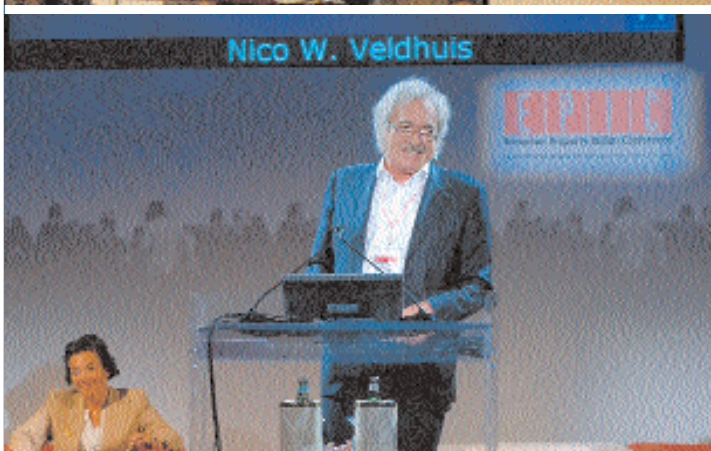
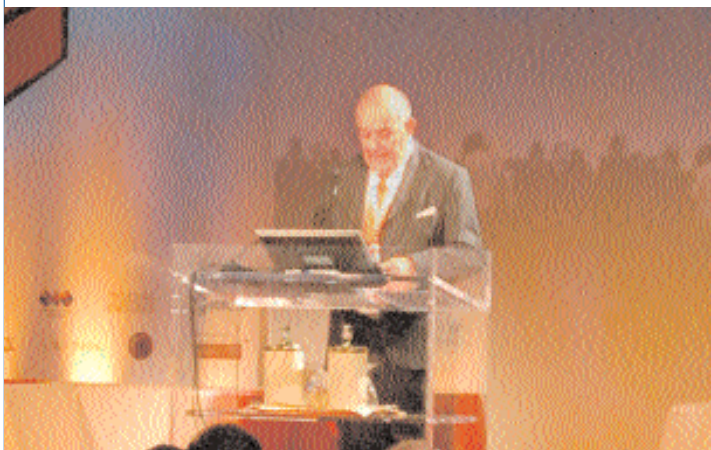
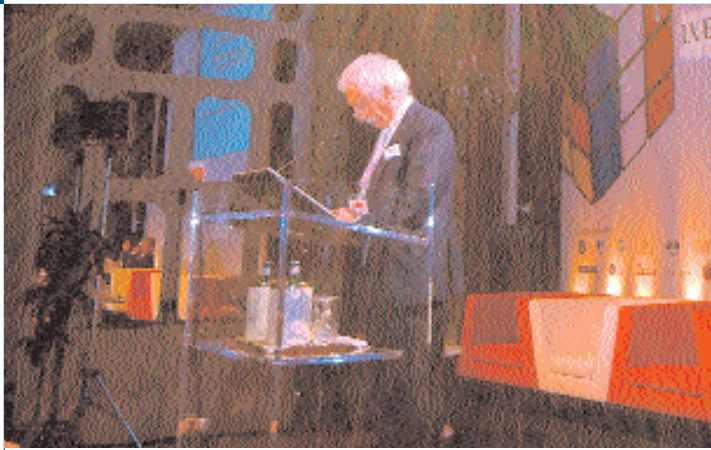
Fuori diluvia e, al termine delle sessioni, trovare un taxi è una vera impresa. Roma è – da questo punto di vista – assolutamente detestabile.

In qualche modo, eleganti e un po' bagnati, riusciamo ad arrivare alla Galleria Nazionale d'Arte Moderna e Contemporanea, dove si svolgerà il Gala Dinner. Networking durante il sontuoso aperitivo (che previsto inizialmente nel Parco si deve forzatamente servire al chiuso degli splendidi Saloni del Museo), inizia la cena raffinata. Non tanto per il menù in sè (ravioli di cernia con ragu di verdure, risotto zucca e speck – invero un po' audace –, involtini di spigola e salmone con flan di spinaci e patatine al rosmarino, semifreddo ai pinoli con fragole, il tutto accompagnato da vini del “Casale del Giglio”), ma soprattutto perchè, credetemi, non è “normale” cenare ai piedi del gigantesco gruppo noto come “Ercole e Licca”, tre metri e mezzo di altezza, tradotto in marmo da Antonio Canova nel 1815. E non è “normale” aggi-



Un “Matchmaking” a EPIC

aggi-



Dall'alto: Stefano Balsamo (*JP Morgan*), Steve Williams (*Williams Murdoch Real Estate York*), H. E. Amanda Vanstone (*Ambasciata d'Australia in Italia*), Nico W. Veldhuis (*Multi Development*)

rarsi, per una cena di gala, tra Saloni che ospitano tele di De Chirico, Savinio, De Pisis, Burri, Fontana

Il tocco magico di Claudio Pancheri, nell'organizzare gli eventi mondani non si smentisce mai, anzi, migliora di anno in anno!

Momento cardine della serata, la consegna dei premi: i due "EPIC Special Award 2007" vanno ad AREL – Associazione Real Estate Ladies («premiata per l'impegno nel settore immobiliare e più specificatamente per il contributo e valore nel veicolare l'imprenditorialità nel mondo femminile»).

Ritira la targa d'argento, commossa, Barbara Polito, Presidente dell'associazione), e all'emozionatissimo Oliviero Tronconi, Politecnico di Milano («per l'importante contributo nell'ambito della formazione giovanile nel settore immobiliare»). Infine, Claudio Pancheri consegna l'"EPIC Prize 2007" a Mediobanca («protagonista nel corso degli ultimi anni di alcune tra le più rilevanti operazioni di sviluppo sia nel settore pubblico che nel settore privato». Ritira il premio Giulio Rolandino, Responsabile del settore Real Estate della Banca).

È tardi, e molti fuggono per rispondere all'invito alle danze offerto da Abaco Team a tutti i delegati EPIC in un locale alla moda, dove si scatena – tra tutti – Fabio Bandirali, MD di Eurohyppo.

Ma questa, per chi lo conosce, non è una novità.

La ripresa dei lavori, il mattino successivo, non è facile, e si parte con il consueto ritardo. Altri games, altri matchmaking, tutti belli affollati. Lunch e poi via al rush finale, con la sessione – a cura di Assoimmobiliare – sul tema del risparmio energetico. Qui, grande successo personale per Norbert Lantschner, dell'Agenzia Casa Clima di Bolzano, che senza filosofie e/o prosopopea, offre una panoramica non di ciò che si deve fare, ma di ciò "che è stato già fatto".

Due altre importanti momenti hanno caratterizzato EPIC 2007: la presentazione del Rapporto "Italia in Sviluppo", curato da Nomisma insieme ad ANCI, che giunge alla terza edizione con un progetto un po' di affanno rispetto ai Survey precedenti. E quella di EREF-Executive Real Estate Finance, un nuovo corso di formazione proposto dalla Business School dell'Università Luiss unitamente a Raethia, la società di consulenza fondata da Claudio Pancheri l'anno passato, dopo la sua uscita da Risorse per Roma: di cui per diversi anni era stato AD.

In RpR operavano anche i due giovani "guar-

dian angel” di Claudio, entrambi ora in Raetia. Agli infaticabili e bravissimi Nicola Paravati ed Enrico Cestari va dunque in buona misura il merito di aver coinvolto, anche per questa edizione di EPIC, circa 500 persone.

Si replica a fine settembre 2008

(PGL)

Nota: il discorso di Claudio Pancheri

«Con EPIC abbiamo accompagnato l'evoluzione del settore immobiliare di questo decennio, dalla crisi di fine millennio alla ripresa. Se lo scorso anno il tema era quello di oltrepassare senza paura le barriere geografiche verso un mercato europeo e globale, quest'anno i giochi senza frontiere sono ormai partiti. Francia, Germania, Europa dell'est Stati Uniti ed in particolare New York sono i nuovi campi da gioco delle imprese italiane ormai capaci di competere a livello globale. Accordi con società locali, acquisizioni, progetti in studio o già avviati, obiettivi di crescita nei nuovi paesi. Gli italiani giocano all'estero, fuori casa, con successo. Non si tratta di teoria, di prospettive, ma di una realtà concreta. Le prime edizioni di EPIC si sono svolte quando la separazione tra finanza e settore immobiliare era netta, con le società italiane ben poco attente a quanto avveniva fuori dei confini nazionali e con gli investitori esteri diffidenti nei confronti del nostro mercato. Adesso la situazione è del tutto differente. Finanza e immobiliare sono strettamente e, purtroppo non sempre, proficuamente legate... crisi del subprime docet.

La crescita dei progetti italiani all'estero ed esteri in Italia è stata esponenziale e i fondi immobiliari sono ormai quasi un centinaio, il settore si è industrializzato e per partecipare al “gioco” dell'immobiliare occorre avere competenza e fortuna. Si può giocare singolarmente o in squadra, ma quello che conta è avere obiettivi chiari e competenza per raggiungerli, senza dimenticare il rispetto per le regole. Il campo da gioco è tracciato dalla competenza, non solo di natura tecnica ma anche creativa e culturale.

Proprio questo ultimo aspetto è da considerarsi centrale, infatti l'immobiliare è sempre stata in realtà una vera e propria industria culturale incentrata sulla valorizzazione economica e sociale della comunità. L'immobiliare ha costruito le identità dei Paesi, delle città, ha disegnato le trasformazioni dei popoli. Le opere contengono le idee, le ricerche, i sentimenti, le più intime manifestazioni dell'uomo. Gran parte della sicurezza sociale è



Dall'alto: Aldo Mazzocco (*Beni Stabili*), Christophe Kullmann (*Fonciere des Regions*), Béatrice Guedj (*Grosvenor Continental Europe*), Laure C. Aubuchon (*New York City Economic Development Corporation*)



Dall'alto: Madeleine Johnson (*Contributor Financial Times*), Frederick Raveau (*Development Director Central & Eastern*), Mark Richardson (*Pradera*), Marcus Cieleback (*Eurhyppo AG*)

legata alla pianificazione del settore, alla qualità degli interventi, alle infrastrutture e al loro rapporto con l'ambiente.

È evidente che il concetto di "Giochi senza Frontieré" non è solo geografico ma anche disciplinare, coinvolgendo direttamente diversi aspetti della vita di una comunità, non solo finanziaria, che deve pensare a come gestire e ottimizzare al meglio il proprio patrimonio. In tal senso, un'altra tematica molto sensibile alla comunità sociale e produttiva è la gestione e la valorizzazione dell'asset pubblico, che si traduce nella necessità di una normativa più equa e di strumenti efficaci sia in termini di garanzie per facilitare l'accesso a proprietà e affitto sia per la definizione di una efficace pianificazione nazionale mirata a sviluppare una adeguata offerta di alloggi sociali. La specializzazione della domanda abitativa, conseguenza, tra gli altri, della trasformazione delle strutture familiari, dai fenomeni migratori, dalla marginalità urbana, comporta l'adozione di politiche abitative sempre più mirate, nelle quali l'Ente Pubblico è chiamato a giocare un ruolo determinante.

Non affrontare con la dovuta serietà e competenza queste e le tante altre sfide che una società in continua trasformazione impone e non guardare al mercato come un unico luogo globale dove l'obiettivo dovrebbe essere la creazione di valore aggiunto per se e per la comunità, equivale ad estraniarsi da questo mondo i cui confini, la cui realtà e la cui percezione, sono il frutto di un processo culturale e sociale di cui noi stessi siamo fautori.

Potrà sembrare spropositato affermare che l'immobiliare entra in molti dei settori vitali della nostra società ma se si riflette un attimo è proprio così: immobiliare è abitare, immobiliare è economia familiare, l'immobiliare è qualità della vita, l'immobiliare è cultura, l'immobiliare è estetica, l'immobiliare è creatività, l'immobiliare è il futuro delle nostre città, l'immobiliare è servizi, l'immobiliare è tempo libero, l'immobiliare è qualità del lavoro, l'immobiliare è vita in movimento».

EPIC – AREL

Come già l'anno passato, l'Associazione Real Estate Ladies - AREL ha colto l'occasione di EPIC e ha organizzato, al termine della prima giornata di lavori, un cock-tail per le proprie iscritte partecipanti alla Conferenza.

Nell'elegante saloncino dell'Hotel St. Regis si sono ritrovate così, complessivamente, una



AREL Ladies a EPIC

trentina di signore (associe AREL e alcune ospiti).

Come le fotografie in queste pagine stanno a dimostrare, si è trattato di un momento molto “sorridente”, che ha consentito anche ad alcune “nuove” Ladies romane di conoscere personalmente le “milanesi”, e di formulare programmi per la crescita della “delegazione

AREL” nella Capitale. A fine novembre 2007, AREL conta 223 associe, basate in maggioranza a Milano dove l’Associazione è stata fondata il 19 luglio 2006.

Il capitolo romano – in seguito all’Assemblea AREL svoltasi in data 20 novembre 2007 – è guidato da Valentina Delli Santi, Partner dell’omonimo Studio Legale.



A sinistra, Paola G. Lunghini, “presentatrice” degli “EPIC Prize”.
Qui sopra, il Gala Dinner



La Presidente di AREL ritira il premio all'Associazione delle Ladies



Giulio Rolandino ritira il premio a Mediobanca



La premiazione di Oliviero Tronconi (a sinistra)

Desidero sottoscrivere un abbonamento per un anno (2008) a:

ECONOMIA IMMOBILIARE, al prezzo di € 100,00

Cognome e nome _____

Società _____

C. F. / P. IVA _____

Indirizzo _____

Telefono _____

Fax _____

E-mail _____

TIMBRO E FIRMA _____

Si allega assegno n° _____ di € 100,00

Banca _____

Intestato a: **by Internews srl**

Da compilare e inviare in busta chiusa a:

by Internews srl - Via Nerino, 5 - 20123 Milano

Per pagamento tramite bonifico bancario:

c/c n.10101

Banca Popolare Commercio e Industria

Ag. 4, Via Bocchetto, 13 - 20123 Milano

IBAN: IT20 Y050 4801 6040 0000 0010 101

BIC: POCIITM1004

Inviare via fax al n. 02.86452597 – o per E-mail a: paola.lunghini@mclink.it

Data _____



CoreNet Global a Londra

PREMESSA

QUALCHE DEFINIZIONE È UTILE:

Corporate Real Estate (CRE): Holistic, life cycle view of property from user's perspective

Green: Beneficial to the physical environment

Green Buildings: Buildings that "significantly reduce or eliminate the negative impact of buildings on the environment and on the building occupants..."(U.S. Green Buildings Council) Corporate Social

Responsibility: Corporate Social responsibility

(CSR) is a company's obligation to be accountable to all of its stakeholders in all its operations and activities with the aim of achieving sustainable development not only in the economical dimension but also in the social and environmental dimensions

Sustainability: Meets the needs of the present generation without compromising the ability of future generations to meet their own needs.

Causing little or no damage to the environment and therefore able to continue for a long time

Triple Bottom Line - "TBL", "3BL" or "People, Planet, Profit". The triple bottom line captures



Il Guest Speaker Bjørn Lomborg

an expanded spectrum of values and criteria for measuring organizational (and societal) success; economic, environmental and social. A commitment to Corporate Social Responsibility brings with it a need to institute triple bottom line reporting.

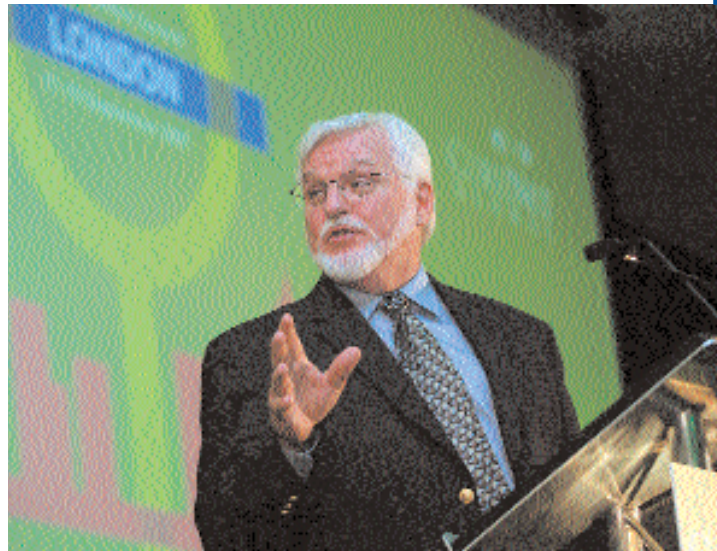
LEED: Leadership in Energy and Environmental Design: A voluntary, consensus-based, national standard for developing high-performance, sustainable buildings.

The program is sponsored by the U.S. Green Building Council.

BREEAM: Building Research Establishment's Environment Assessment Method (UK)

L'efficienza energetica – pilastro centrale di tutta la teoria della sostenibilità – sembra essere diventata il nuovo paradigma della qualità per l'industria immobiliare internazionale. Quali siano i numeri in gioco è impossibile a dirsi ma un esempio vale per tutti. Appena una decina di anni orsono la “green building industry” non esisteva. Oggi in USA, secondo l'USGBC - U.S. Green Building Council, vale 12 miliardi di dollari. L'associazione, che vanta oltre dieci mila società ed enti iscritti, tra cui costruttori, agenzie governative e università, ha uno slogan esaustivo: “The City Climate Challenge for 2050: Your City – Your Responsibility” (la sfida per il 2050 per il clima: tua la città, tua la responsabilità).

In sintesi, anche il real estate - e non solo quello più avanzato – deve confrontarsi con il problema dei cambiamenti climatici, e possibilmente ricercare soluzioni, perché i dati sono ormai più che allarmanti. Secondo alcuni Studi, gli edifici sarebbero responsabili del 40-50% delle emissioni dei gas serra. In UK, secondo i calcoli del Chartered Institute of Housing (CIH), la percentuale è del 27% per le sole abitazioni. Lo sviluppo urbano e il settore immobiliare devono quindi contribuire a una maggiore sostenibilità. Gli impegni che ne derivano sono molteplici. Da un lato, la richiesta di una consistente riduzione delle emissioni di CO2 riguarda i nuovi progetti di development, ma dall'altro pone anche la domanda circa il futuro del patrimonio immobiliare esistente. È sufficiente limitare il più possibile i consumi energetici oppure sostenibilità significa molto di più? La discussione tocca anche le domande economiche: chi pagherà, e come, questo sviluppo? Quali costi devono accollarsi gli investitori istituzionali e privati in caso di innovazioni e modernizzazioni? È davvero l'incentivazione finanziaria e fiscale l'unico strumento possibile per incoraggiare i proprietari verso la logica dei green building? E cosa significa esattamente



Prentice Knight, CEO di CoreNet Global

“green building”? Quali standard esistono, se esistono, ed è possibile pensare a un benchmarking? Quale sarà l'impatto della “sostenibilità” sulla redditività degli edifici e degli investimenti? E, fra tanti problemi, quali opportunità si potrebbero cogliere?

IL SUMMIT DI LONDRA

La “climate change policy” – tema che si collega strettamente a quello della rigenerazione urbana – è così stato al centro anche del Summit annuale europeo di CoreNetGlobal (associazione che raccoglie i Corporate Real Estate Executives), che si è svolto a Londra dal 17 al 19 settembre, presenti guest speaker di grande notorietà (cfr infra).

Il titolo dell'incontro – “Greening the Bottom Line: Making Sustainability Count” – la diceva lunga: si trattava di provare a una platea di quasi 500 delegati (abbondantemente sensibilizzati sul tema) che realizzare e finanziare questa filosofia (the implications of the “triple bottom line” of people, planet and profit in terms of multi nationals operating in the global economy) nello sviluppo urbano e dei progetti è possibile, senza compromettere redditività, funzionalità e immagine estetica. È, inoltre, una grande opportunità.

Tutto ciò, a Londra, è stato offerto e dimostrato da numerosi esempi.

CoreNet Global European Summit opened with a controversial keynote address from Bjørn Lomborg, the prominent author and leading expert on global sustainability. Firing a debate that will continue over the next two days of the Summit, Lomborg turned the issue of global warming around to stress the importance of



Il Guest Speaker Pen Hadow

maintaining a sense of proportion. In strict opposition to many other climate change specialists, Lomborg questioned the political move to reduce carbon emissions and asked if business leaders should instead start looking at alternative options. According to Lomborg, although climate change is an undisputed fact many of the consequences of global warming have been exaggerated, leading to poor judgement when it comes to implementing solutions. Aiming to spark a more balanced conversation, Lomborg highlights ways in which we can respond to climate change other than purely through cutting carbon emissions. Having estimated the cost of reducing carbon emissions at \$20 per ton, with the resultant benefits equating to little more than \$2 per ton, Lomborg believes that we should instead be focusing on cost-cutting

measures by, for example, investing in Research and Development technologies. If we invest just 0.05% of our GDP in R&D, Lomborg states that the benefits could stack up to nearly \$25 billion per year.

At the following session, a straw poll of delegates revealed that an approximate 5:1 ratio broadly agreed or sympathised with Lomborg's presentation.

In line with the ethos of the entire Summit, the underlying message was that we need to concentrate on sustainable solutions. The EU directive to cut global carbon dioxide emissions by 10% by 2020 will slow global warming by only 2 years by the end of the century, but at a cost of \$90 billion per year, Lomborg said that the cost/benefit equation simply doesn't add up. Speaking from the Summit, Richard Kadzis, Director Special Projects at CoreNet Global, commented: "It is clear that a business-led approach to tackling climate change is absolutely essential for the sake of our environment, and we all share a responsibility to rise to the challenge. Bjørn's presentation shows that just as sustainability goes well beyond green buildings, global warming isn't just about reducing carbon emissions. Certainly cost is often the biggest barrier to implementing energy efficiency improvements, and Bjørn has sparked a debate that takes the issue out of its comfort zone so that we can all start to explore more financially viable options.



Il Gala Dinner al Museo di Storia Naturale. Sullo sfondo, "Dino" (com'è affettuosamente chiamato lo scheletro del dinosauro)

This morning's opening address has raised a number of important, and sometimes controversial, questions and the Summit will be an excellent opportunity to delve into these issues and overview the corporate social responsibility obligations of our entire industry in the light of climate change".

IL PRIMO SONGAGGIO SUL TEMA

The interim results of a sustainability Survey conducted by CoreNet Global, and sponsored by Jones Lang LaSalle, the real estate services and investment management advisors, have revealed that sustainability is already a critical issue and 65% of respondents attending the European Summit are prepared to pay a premium for greener real estate.

Most respondents are willing to pay enough to buy or lease sustainable buildings. Over half of respondents (51%) indicated that they would be prepared to pay between 1-5% more for a sustainable real estate solution, with a further 12% indicating they would be willing to pay up to 10% more, illustrating that it is a key priority for many organizations to occupy sustainable buildings.

However, the Report also shows that while there is a willingness to pay the price for green property, the availability of sustainable solutions is generally regarded as patchy, with almost 49% of respondents indicating that the supply is good in some markets but not in others, and over 44% of respondents complaining of the limited availability of 'green' stock, which will inevitably have a knock on effect on adoption rates. In addition, respondents felt that generally the provision of green real estate solutions is hampered by a lack of pro-activity around sustainability from among a number of key groups, with only 5% regarding contractors as proactive, 7% regarding landlords and owners as proactive, and 14% regarding developers as proactive. Architects and designers, in contrast, were regarded as the most proactive in seeking sustainable solutions, scoring 51.2% and 44.2% respectively. These findings demonstrate the great opportunity across the supply chain for companies that are proactive in delivering sustainable solutions to their clients. Other key findings from the Survey include that a 84% of delegates believe that sustainability is already a critical issue within corporate real estate.

Linda DeMars, CoreNet Global, commented: «While we must stress that these are interim findings and that the survey is ongoing, it is interesting to note that the findings so far are homogenous with those from our Asian, North



Gala Dinner, con "Dino" sullo sfondo

American and Australian summits. This Survey clearly demonstrates that sustainable real estate solutions are indeed a critical issue for our summit attendees». Chris Hiatt, Jones Lang LaSalle, commented: «It was encouraging to see the response from occupiers that they are willing to pay more in order to achieve their green agenda and CSR policies. This should encourage building owners and developers to provide more sustainable developments».

FOCUS SUL CLIMATE CHANGE, CON UN ESPLORATORE ARTICO

How important is global climate change to each of you and at what point will you personally and professionally draw a line in the sand and make the choice to take action?" challenged keynote Pen Hadow (*esploratore artico, ndr*) of the London Summit delegation. After giving a glimpse of his record-breaking, trial-ridden expedition to a shrinking Arctic ice cap, and based on the resounding strength of audience applause, it appears he successfully made a compelling case for action. In building his case, Hadow took us along his distinctly unique journey to the North Pole. Apparently 85% of all expeditions fail, so this was a treat to hear from one of the few who has actually succeeded. Hadow's journey was 500 miles and 75 days long, in -45 degree temperatures, and over snow, ice and across open water. And Hadow did it alone. Upon reaching the pole, he expressed his utter relief and freedom from his obsession – an interesting juxtaposition to other successful explorers who have felt much less. «Anyone who says their achievement is anticlimactic, didn't set themselves a high-enough goal», Hadow added, giving delegates an important lesson to bring home, to the office, to the boardroom, to volunteer efforts, and to friends and colleagues.

Another important lesson with real-world application (at least for those who will not see the North Pole anytime soon) came at a point in his journey when he felt he was getting close to his life-long goal. At day 42, he made what could have been a potentially fatal decision. He lost sight of his plan and carefully considered approach in a hostile environment. He pushed too hard and safety became an afterthought - a critical path error that could have cost him his life. Falling through the ice in the arctic has potentially un-recoverable implications and Hadow was lucky to have survived. Proving once again that the important decisions don't come lightly, and they don't come without potential ramifications. Hadow also discussed that individuals should not be deterred by making personal choices on sustainability despite the fact that the big impact decisions - such as population-related and supply/demand issues often resolved militarily - are out of their hands. But as 80% of the ice cap can be gone in the next 15 years, Hadow encouraged immediate action, as temperatures, CO2 concentration and sea level will continue to rise long after emissions are reduced. As a stirring conclusion to one of the most successful CoreNet Global European Summits to date, Pen Hadow challenged us all. And, based on the past two days discussing successful workplace sustainability strategies, CoreNet Global Summit delegation is addressing this challenge head on.

DUE ESEMPI FRA TUTTI

“THE BANK OF AMERICA TOWER”

W. Stuart Hicks, International Director, Jones Lang LaSalle discussed some of the impressive numbers and challenges of this initiative. Moving employees from 13 current locations, Bank of America is poised to make significant impact on the New York community and their employees. Looking at the statistics alone, this project is massive:

- 2.1 million square feet
- 51 occupiable floors
- \$2.2 billion building costs
- 5,000 Bank of America Employees
- Multi-use space development for office, retail, theatre, and fine dining
- 100% new interior furnishings
- 100% self-sufficient up to 72 hours

But it is the state-of-the-art technology being utilized in the building that will gain the most interest due to potential financial returns and in its impact on employees and community over time.

Discussing technology and employee impact, Mark S. Nicholls, Senior Vice President, Corporate Workplace Executive, Bank of America first began by acknowledging the significant contributions the European community has already made in reducing environmental impact.



Il complesso CTBA "Cuatro Torres Business Area", a Madrid

«It is with great respect that acknowledge your advanced efforts in sustainability and we're still playing catch up» Nicholls remarked.

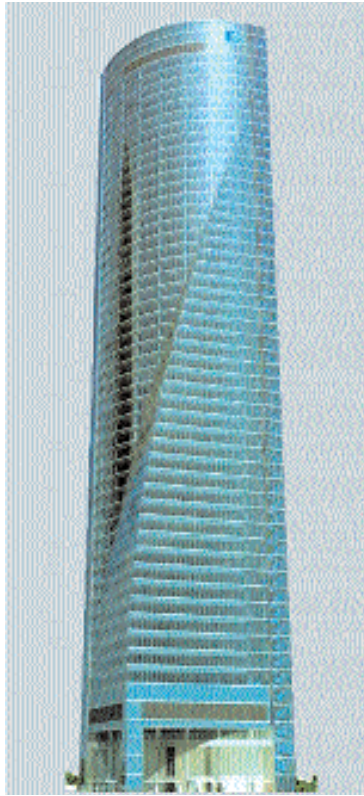
Nicholls continued to provide a fascinating view of the strategies and technologies being employed at 1 Bryant Park that will impact so many both inside and outside the building including:

- Recycle 35% of construction material waste (e.g., shipping pallets)
- Use 30% less energy than buildings that simply 'comply' with code
- Estimate a 3 year break-even on new technologies
- Maximize diffusion of natural light and efficiently use artificial light to realize a +20% increase in productivity, reduce healthcare claims and prescription usage.
- Improve energy efficiency via improved insulation and self-generated power
- Realize significant utility credits for self-sufficiency and government credits to pilot projects/programs that have potential for vast impact.
- Introduce under floor air (vs. traditional HVAC systems) to provide cleaner air, healthier occupants and individual work-space control
- Reduce water usage via innovations (e.g., waterless urinals) and reduced stress on local systems (e.g., ability to retain waste water during peak city periods when public systems are strained to maximum capacity.)
- Utilize sustainable materials throughout construction process including some steel components, low-emitting VOC products including furnishings (Knoll) and flooring (Shaw)

When queried on the elements he is most proud of in this feat, Nicholls remarked «it is the universal sense of cooperation and teamwork» across finance, architecture, construction and owner/occupier that has made all the difference in achieving goals. With employee moves initiating in May 2008, and with target completion for Q3 2008.

“TORRE ESPACIO” A MADRID

Nel corso di un affollato Workshop di CoreNet Global a Londra è stata presentata la “Torre



La Torre Espacio

Espacio” (da poco completata ndr), che si trova a Madrid sullo sviluppo del Paseo de la Castellana, cioè la grande strada che per diversi chilometri riassume il Business District della capitale spagnola. L'edificio ha oltre 223 metri di altezza per 56 piani, per oltre 56 mila metri quadrati, e un'architettura moderna e suggestiva che porta la firma del celebre studio Pei Cobb Freed & Partners. Il proprietario-costruttore è Villar-Mir, grande gruppo privato; e l'advisor Aguirre Newman Arquitectura (nelle foto, due manager della società) ha raccolto la sfida di creare per l'edificio un “certificato di sostenibilità” per gli spazi interni secondo i nuovi parametri internazionali. Il tutto, in un Paese che su questa strada sta compiendo i primissimi passi.

Han dovuto tener conto della nuova tendenza anche le altre tre torri sorelle che stanno sor-

gendo nell' area, cioè “Repsol” (affidata alla matita di Foster& Partners), “Cristal” (Cesar Pelli) e “Sacyr Vallehermoso” (Rubio-Alvarez).

Al completamento del cantiere, previsto entro il 2008, il “CTBA-Cuatro Torres Business Area” sarà il nuovo “landmark” della città.

Chissà se la “Torre Espacio” concorrerà per l'Award lanciato a fine settembre 2007 da Union Investment (la grande società immobiliare tedesca basata ad Amburgo e già nota come DIFA): il “Prime Property Award” è un premio da 30 mila euro che verrà assegnato a ottobre 2008 al development che avrà offerto la miglior performance ecologica, sociale ed economica in Europa. Il Regolamento specifica che le candidature devono pervenire entro il 31 gennaio 2008.

(PGL)

Note:

Le definizioni in Premessa sono state presentate in apertura dei lavori del Summit di CoreNet Global, allo scopo di contribuire a creare tra i Delegati un lessico comune, da Prentice Knight, CEO di CoreNet Global

Si ringrazia, per la parte in inglese, l'Ufficio Stampa del Summit

I francesi, i sindaci e il problema casa

I – Come viene percepito in Francia il problema della casa

La penuria di alloggi riguarda innanzitutto le giovani coppie.

Da gennaio 2007, i Francesi avvertono un leggero miglioramento nella situazione abitativa in Francia (+8 punti), anche se la maggioranza constata il perdurare della carenza (78%) di abitazioni. Tale percezione è avvertita nettamente dalla fascia di persone in età compresa tra i 25 e i 34 anni; in effetti, l'83% degli interessati ritiene tuttora difficile trovare un alloggio, particolarmente in acquisto (70% rispetto alla media del 57%).

In questa fascia di età si registra anche la percentuale più elevata di intenzioni di acquisto (le intenzioni di acquisto erano, ad agosto 2007, pari al 26% nella fascia 25-34 anni rispetto al 10% della media francese).

Le previsioni dei Francesi in materia di evoluzione del problema casa sono sempre più pessimistiche

Su scala nazionale, i Francesi sono sempre più numerosi nel ritenere che la situazione sia destinata a peggiorare nei prossimi anni (27%, +9 punti rispetto a gennaio 2007), anche se le

loro previsioni sono meno negative quando si tratta della località nella quale risiedono (il 17% ritiene che la situazione tende a peggiorare rispetto al 27% su scala nazionale).

I sindaci sono invece piuttosto ottimisti a livello nazionale (53%), e lo sono maggiormente quando si tratta della loro città (79%), sebbene man mano che si avvicina la scadenza delle elezioni amministrative, la percentuale di quelli che prevedono un peggioramento raddoppi (6%) rispetto a gennaio 2007.

II - Sensibilizzazione dell'opinione e degli esponenti politici a favore della creazione di alloggi

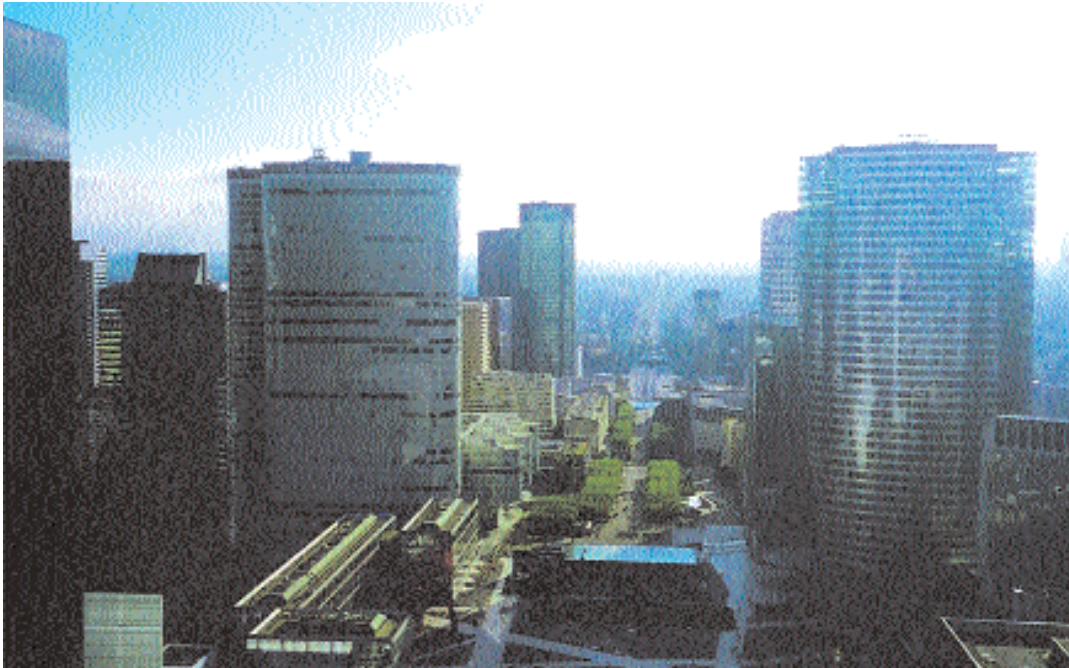
In questa prospettiva è interessante osservare l'opinione dei Francesi e dei sindaci sui mezzi da

utilizzare per risolvere la crisi degli alloggi.

Mobilizzazione civica a favore dell'edilizia

I Francesi sono, come in occasione di ogni edizione di questo "barometro", particolarmente favorevoli al varo di nuovi programmi di edilizia in Francia, a prescindere dalla loro natura: l'88% auspica vengano varati programmi di edilizia residenziale per l'acquisto, di case popolari e di alloggi di emergenza abitativa.

	FRANCESI		SINDACI	
	In Francia	Nella loro città	In Francia	Nella loro città
Alloggi in acquisto	88%	84%	94%	93%
Alloggi sociali	88%	76%	96%	84%
Alloggi di emergenza abitativa	88%	76%	92%	63%



Panoramica di Parigi

La sensibilizzazione a favore delle case popolari e degli alloggi di emergenza abitativa diminuisce quando agli intervistati vengono poste domande su progetti di nuove costruzioni nella città nella quale risiedono. Con l'avvicinarsi delle elezioni amministrative, i sindaci seguono la stessa tendenza in modo estremamente marcato.

Volontarismo delle autorità e primi provvedimenti

Senza distinzione di categoria di reddito né di fascia di età, i Francesi riconoscono oggi l'importanza del problema casa nell'azione governativa (71%, +10 punti rispetto a gennaio 2007), soprattutto coloro che abitano in appartamenti privati (73% rispetto al 57% per il settore sociale).

Per i sindaci, il recepimento della questione abitativa rimane stabile a livello 70%.

Il volontarismo delle autorità a favore dell'acquisto della prima casa viene percepito positivamente per tutta la società (88% dei Francesi e 87% dei sindaci), per le città (79% e 87%) e per risolvere in generale la crisi degli alloggi (79% e 83%).

Fra i primi provvedimenti governativi quello che sia i Francesi che i sindaci preferiscono, è quello relativo al mutuo a tasso zero per agevolare l'acquisto dell'alloggio (rispettivamente 85% e 92%), seguito dalla detrazione fiscale degli interessi sui mutui (83% e 87%). Il diritto all'alloggio opponibile fa invece fatica a

convincere in un contesto di penuria globale di abitazioni (il 45% dei Francesi giudica inefficace il provvedimento a fronte del 44% che lo ritiene efficace).

L'alloggio occupa il primo posto fra i temi sui quali i Francesi ritengono possibile un intervento del Presidente e del Governo (77%), alla pari con quello della sicurezza dei beni e delle persone.

Tuttavia, a prescindere dalle loro preferenze politiche, la metà dei Francesi (52%) considera che in materia di alloggio le autorità non potranno cambiare le cose se non in misura marginale (+6 punti rispetto a gennaio 2007) mentre un quarto di loro ritiene che potranno cambiarle in modo sostanziale (-11 punti).

Un chiaro impegno degli esponenti locali

Circa i due terzi dei Francesi considerano positivo il bilancio dell'azione comunale in materia di alloggi, particolarmente per quanto attiene al rinnovamento urbano (70%), e in misura minore all'alloggio e all'urbanistica (il 63% considera positivo questo bilancio).

Più analiticamente, l'azione che raccoglie il maggior numero di commenti positivi è il rinnovamento delle vecchie abitazioni (47%). All'opposto, il rilascio di licenze di edilizia sottolinea la difficoltà dei grandi centri urbani, con un esiguo 19% di soddisfatti per l'agglomerazione parigina rispetto alla media del 39%.

I sindaci sono altrettanto consapevoli dell'importanza del problema abitativo nel consuntivo

	D1 - Prima della spiegazione		D2 - Dopo la spiegazione	
	1-6 piani	+ di 6 piani	1-6 piani	+ di 6 piani
Oltre 100.000 abitanti	90%	6%	87%	9%
Agglomerazione parigina	86%	12%	76%	21%

vo della loro azione comunale, e collocano questo problema (46%) al primo posto degli elementi di apprezzamento dei loro concittadini, prima della sicurezza (45%), dell'ambiente e delle aree verdi (43%).

III - Le aspettative dei Francesi in materia di alloggio e di ambiente

In questo contesto a favore dell'alloggio e dell'acquisto della prima casa, è particolarmente interessante osservare la sempre maggiore importanza attribuita alla dimensione ambientale.

Il 70% dei Francesi dichiara di essere disposto ad acquistare un alloggio ecologico purché sostenuto da agevolazioni pubbliche

I Francesi e i sindaci esprimono con chiarezza le loro aspirazioni in termini di sviluppo sostenibile. Essi ritengono importante che la questione dell'alloggio venga introdotta nell'agenda delle riunioni sull'ambiente (Grenelle de l'environnement) (84% dei Francesi e 95% dei sindaci).

Se il 50% dei Francesi si dichiara disposto ad acquistare un alloggio più ecologico, e pertan-

to più caro, questa percentuale sale al 70% se la differenza di prezzo viene compensata da un'agevolazione pubblica (86% nella fascia degli intervistati in età compresa tra i 25 e i 34 anni).

Se si chiede quale sia l'altezza massima ammissibile degli immobili, la risposta è categorica: per il 90% circa dei Francesi, gli immobili residenziali non devono superare i sei piani. Questa altezza massima appare come un limite psicologico che neanche la prospettiva di un costo inferiore riesce ad intaccare. Accrescere le dimensioni delle costruzioni non sembra del resto costituire, secondo i sindaci, una soluzione efficace per risolvere la crisi degli alloggi: solo il 23% è di questo parere mentre il 75% ne contesta l'efficacia.

Focus Ile-de-France

D1: Nella località nella quale risiede, qual è l'altezza massima dei nuovi edifici che sarebbe disposto (a) ad accettare?

D2: Alcuni specialisti affermano aumentare il numero di piani degli edifici rappresenti una buona soluzione per far diminuire il costo degli alloggi. In considerazione di questo fatto,



Una animata piazza di Nizza

qual è l'altezza massima dei nuovi edifici che sarebbe disposto(a) ad accettare?

IV - Rappresentazione sociale dell'acquisto
Se la costituzione di un patrimonio è tuttora il

principali obiettivo dell'acquisto (42%), esso rappresenta anche una conquista. Il fatto di "non dover più nulla a un proprietario" (36%) motiva tutte le categorie di reddito, anche di coloro che sono già proprietari.

	Non dover più nulla a un proprietario	Acquisire indipendenza
Meno di 800 euro	43%	37%
801 - 1200 euro	42%	34%
1201 - 1500 euro	37%	36%
1501 - 2300 euro	35%	38%
2301 - 3000 euro	31%	34%
Oltre 3000 euro	37%	26%
affittuario	37%	31%
proprietario	35%	33%

Totale delle risposte citate

METODOLOGIA DELL'INDAGINE:

- Francesi: interviste condotte il 29 e 30 agosto 2007 su un campione nazionale di 1000 persone, rappresentativo di tutta la popolazione francese di 18 anni di età e oltre (di persona).
- Sindaci: interviste condotte dal 27 agosto al 7 settembre 2007 su un campione di 400 sindaci di comuni di oltre 3000 abitanti (al telefono).

Il presente Rapporto si deve alla società Nexity. È stato diffuso a fine novembre 2007

Il Comitato Scientifico di Economia Immobiliare

Angela Airoidi	CERTeT - Università Bocconi
Sandro Balducci	Politecnico di Milano
Paola G. Lunghini	Economia Immobiliare
Stefano Stanzani	Università di Bologna
Oliviero Tronconi	Politecnico di Milano
Uberto Visconti di Massino	ING RE Italy

Focus sull'“Housing Universitario”

La domanda abitativa registra una tendenza alla mutazione e crescita del fenomeno. Tra le cause che hanno concorso a rilanciare la questione abitativa, fattori di ordine sociale ed economico.

La mappa del disagio abitativo si è ampliata: alle famiglie residenti disagiate si sono affiancate le famiglie degli immigrati con le rispettive istanze di ricongiungimento; la famiglia tradizionale si diversifica nella famiglia dei single, in quella allargata, in quella monoreddito, in quella in divenire o nella “famiglia” studentesca.

Il tutto si raccoglie, poi, nella definizione dello “housing sociale”, che sconvolge la tradizionale

e radicata suddivisione del territorio per zone funzionali: residenza, produttivo, terziario, direzionale, commerciale, ricettivo, agricoltura, servizi, etc.

La rigidità concettuale del sistema non ha permesso, sino a qualche anno fa, che residenza si coniugasse con servizi.

Questo si è evidenziato nel mondo dell'istruzione universitaria, estesa a sempre più vaste categorie sociali di utenti e con permanenza degli studenti nell'iscrizione dell'Università, genericamente maggiore della durata del corso di laurea cui sono iscritti.

Alle Università, generalmente, sono stati ga-



Luglio



Agosto

rantiti gli immobili per ospitare la didattica, ma non gli immobili per far risiedere coloro che si occupano della didattica e coloro che fruiscono della didattica.

L'onere è quindi sostanzialmente ricaduto sugli Enti locali e territoriali (Comuni e Regioni) e sulle Università stesse¹.

I primi possono operare con le leve dell'utilizzazione del territorio destinato ai servizi, del titolo abilitativo edilizio gratuito e della esenzione/riduzione ICI; le seconde, stipulando accordi con soggetti attuatori e gestori degli interventi per determinare il costo finale del posto letto e dei servizi a carico dell'utente, oppure assumendo direttamente in gestione l'immobile realizzato.

In questo meccanismo si potrebbero aggiungere delle variabili che avrebbero il duplice vantaggio di meglio integrare la popolazione studentesca con l'ambiente nel quale viene ad inserirsi e di rendere più elastica la gestione a vantaggio degli utenti.

L'Associazione MeglioMilano², in collaborazione con l'Istituto di sociologia dell'Università Bicocca, ha svolto un'indagine campiona sulla situazione di 40 mila studenti a Milano; problema che però riguarda tutti gli atenei italiani universitari.

Il sondaggio "Vivere e studiare a Milano"³ ha indagato la situazione del capoluogo lombardo e ha evidenziato come gli studenti iscritti negli atenei milanesi vivano la giornata tipo 'da studente pendolare'.

Secondo il rapporto, soltanto duemila studenti non residenti riescono a trovare il modo di fermarsi qualche giorno in città, ospiti di parenti o amici. Al rimanente esercito rimangono due alternative:

1. I pensionati studenteschi (pochi) dal costo medio di 350 euro al mese;

2. Gli annunci immobiliari privati con relativo shock da 250/300 euro per una camera condivisa o 700 euro per un monolocale lontano dal centro.

A questo primo investimento va poi aggiunto il prezzo dei trasporti e pasti, lievitati con l'introduzione dell'euro. Per i primi, spiega la ricerca, si spendono al massimo 110 euro, per i secondi – fatto conto 5 euro di media per un pasto – altrettanto. Totale 220 euro per viaggiare e mangiare vivendo fuori Milano.

L'esempio del capoluogo lombardo è forse solo quello più caro, anche se il problema è sollevato da tutta la popolazione studentesca d'Italia. La scelta, spesso obbligata, del viaggio casa-stazione-Università e ritorno è comune dagli Appennini alle Alpi.

Secondo il Comitato nazionale per la valutazione del sistema universitario (Cnvsu) gli alloggi gestiti dagli organismi regionali per il diritto allo studio sono aumentati del 26% nel periodo 1997/2003, ma gli attuali 32 mila posti letto italiani non sono confrontabili con i 150 mila francesi o i 180 mila tedeschi.

L'Italia rimane fanalino di coda anche nel rapporto domanda/offerta: la disponibilità copre infatti appena il 2% delle richieste. Praticamente irraggiungibili gli alloggi gratuiti: secondo una ricerca⁴ a Roma sono 1600, a Milano ancora meno, 1.200, mentre gli altri atenei esaminati – Pisa, Bologna, Napoli, Catania e Firenze – ne offrono circa 1200 in totale.

Tutto questo per rispondere ai bisogni di una popolazione studentesca di circa 2 milioni.

A Roma e Milano un bilocale di 65 metri quadri intorno agli atenei costa tra 800 e 1.200 euro al mese. Spese, generalmente, divise tra più inquilini per ottimizzare lo spazio, ma pur sempre cifre importanti.



Settembre

Meno capestro gli affitti a Bologna, Padova, Napoli, Torino dove si scende a 400/600 euro. A Firenze e Siena, atenei in ascesa, si parte da 600 euro al mese, ma l'offerta di alloggi è di gran lunga inferiore alla richiesta.

Nell'economia della conoscenza, la possibilità di avvalersi di un sistema universitario di alto livello, in grado di garantire la formazione di capitale umano qualificato e la produzione di cultura innovativa, costituisce una preconditione fondamentale per lo sviluppo e la competitività di un territorio.

Le realtà universitarie rappresentano un'eccellenza da valorizzare come asset strategico per la città.

Viene stimato un valore economico pari a circa 1.468 milioni di euro l'indotto del sistema universitario sulla città sottolineando l'importanza socio-economica dovuta al rapporto con il mondo delle imprese locali e non locali, all'effetto di produzione di capitale umano di qualità, all'impatto sui processi innovativi.

La possibilità di attrarre talenti nelle Università, siano essi studenti ricercatori o personale accademico, attiva così un circolo virtuoso di incremento costante della qualità complessiva offerta dall'ambito universitario e di risorse umane qualificate cui il territorio può attingere.

Il tasso dell'internazionalizzazione, inteso come percentuale di personale accademico e di studenti provenienti da altri paesi, è uno dei cinque indicatori utilizzati dal THES (Times Higher Education Supplement) per redigere l'annuale classifica delle 200 migliori università del mondo dove, per il 2006, non compare nessun Ateneo italiano.

Fondamentale in questo contesto è la capacità di offrire un'accoglienza adeguata alla popolazione universitaria ed è proprio la carenza dell'attuale offerta abitativa pubblica e privata di

questo tipo a costituire un punto di debolezza nevralgico per la competitività delle Università nel nostro Paese.

Si è stimato di recente che solo il 25% degli studenti con esigenze abitative trovi posto in collegi privati, pensionati o strutture afferenti all'ISU (Istituto per il diritto allo studio universitario).

Le strutture di accoglienza esistenti soddisfano una fascia ristretta della domanda abitativa universitaria, posta per lo più ai due estremi delle fasce reddituali, mentre rimane largamente inavasa un'ampia fascia intermedia che si deve rivolgere a un mercato altamente deregolato che offre soluzioni con condizioni di abitabilità spesso disagiate.

Ciò nonostante, l'avvio di iniziative private nel settore delle residenze universitarie nel nostro Paese risulta particolarmente critico sotto diversi aspetti: l'assenza in Italia di un mercato che si occupi di residenza universitaria non permette di avere ancora benchmark consolidati, come invece è possibile per altri prodotti immobiliari (es. alberghi, uffici, ecc); il valore delle aree è una voce che incide notevolmente sul costo complessivo di un intervento di residenza universitaria.

L'attuale regime fiscale costituisce un altro importante freno all'investimento privato in questo comparto immobiliare; l'atipicità della gestione di residenze universitarie, anche in relazione allo stretto legame con il calendario accademico, rappresenta un ulteriore elemento di difficoltà; la rigidità degli standard dimensionali cui i progetti di housing universitario devono attenersi limita la possibilità di sperimentare soluzioni innovative dal punto di vista tipologico, di relazione urbana, di mix funzionale, con ricadute economiche e qualitative dell'abitabilità non trascurabili⁵.



Ottobre

Queste carenze strutturali sono largamente percepite dai singoli atenei, che ne colgono le ricadute potenziali in termini di perdita di valore sociale ed economico del proprio territorio.

Sempre nel 2004 MeglioMilano ha avviato, come alternativa per alzare la capacità di accoglienza del sistema universitario, il progetto “Prendi in casa uno studente”, per favorire la convivenza tra pensionati e studenti per lo scambio reciproco di compagnia e alloggio.

Il progetto nasce dall’analisi del contesto italiano, sopra descritto, evidenziando i seguenti dati: più di 1.800.000 gli studenti iscritti nelle nostre Università; tra questi, più di 570.000 (il 31%) studiano in una regione diversa da quella nella quale risiedono, senza contare i pendolari che affrontano quotidianamente ore di viaggio per raggiungere la sede dei propri studi.

Molti progetti di residenzialità studentesca sono stati avviati, alcuni realizzati, ma la domanda è ancora troppo elevata e i tempi di risposta non sempre rapidi.

Nelle grandi città, inoltre, una persona su cinque supera i 65 anni. Di queste, il 58% sono donne e molte vivono sole, in appartamenti ormai troppo grandi e costosi.

Gli interlocutori nelle città sono diversi: le Università e gli Istituti per il diritto allo studio, gli Assessorati, comunali e provinciali, alle Politiche Sociali, Abitative e Giovanili. Gli Enti gestori sono spesso esterni rispetto alle istituzioni centrali e gestiscono le relazioni con l’utenza e gli aspetti organizzativi.

Iniziative analoghe a “Prendi in casa uno studente” in altre città, realizzate in tempi diversi ma con metodologia simile: Firenze e Torino l’hanno avviato per prime nel 1998, Como e Piacenza in concomitanza con MeglioMilano, in seguito Bologna, Monza, Padova, Roma e Viterbo.

MeglioMilano ha inoltre raccolto l’interesse a implementare il servizio anche nelle città di Bergamo, Brescia, Cremona, Parma, Pavia, Pisa, Siena, Verona e Venezia.

Simile, infatti, è l’organizzazione anche nei Paesi stranieri oggi presenti e significativo l’impulso che Francia e Spagna hanno saputo dare in termini numerici e qualitativi nelle città di Parigi, Lione, Madrid, Barcellona per citarne solo alcune.

Nei Paesi di matrice anglosassone l’esperienza dello “studente in casa” esiste già da molto tempo, dettata dalle esigenze delle scuole/università di poter offrire ad un’ampia fascia sociale di studenti una collocazione.

L’esperienza anglosassone si consolida, per esempio, sul bisogno che uno studente straniero ha nell’apprendere e perfezionare la lingua inglese.

Tale necessità spinge studenti di tutte le età e tutti i Paesi a richiedere corsi formativi in ogni stagione dell’anno. Proprio per questo gli Istituti oltre ad essere provvisti, nella gran parte dei casi, di convitti, hanno perfezionato anche un sistema di agenzia, che seleziona le famiglie disposte a ospitare studenti.

L’istituto, però, non si limita solamente a garantire un ruolo di agenzia locativa allo studente, sulla base di un elenco di nuclei pre-selezionati, ma nelle strutture maggiormente organizzate.

L’Istituto esplora e ispeziona, durante l’anno, lo stesso nucleo famigliare. Attività che svolge attraverso un’attenta analisi di customer satisfaction degli studenti e attraverso ispezioni che tengono conto dello standard qualitativo atteso per le locazioni dei propri studenti.

Altra metodologia utilizzata nei Paesi del Benelux è quella in cui i convitti di proprietà degli Istituti o convenzionati vengono fatti “sgombe-



Novembre

rare” dagli studenti che li occupano durante la stagione scolastica/anno accademico e che vengono utilizzati a costi molto convenienti come residence/hotel dei turisti o da studenti che usufruiscono dei corsi erogati in periodi differenti dall’anno accademico.

Quindi si ritiene meritevole l’operazione “Prendi in casa uno studente”, a condizione di un’attività di qualifica e analisi costante del locatore; analisi che, tendenzialmente, dovrebbe garantire un livello adeguato e mediamente alto della domanda di residenza universitaria/formativa.

Confrontando la situazione dello sviluppo immobiliare delle residenze universitarie presenti nel nostro Paese con altri Paesi europei si evince⁶ che in Italia solamente il 2% degli studenti vive in residenze universitarie, mentre un altro 20% risiede in appartamenti e circa il 75% vive in famiglia. D’altra parte, i posti disponibili nelle diverse tipologie di residenze sono non più di 35.000, a fronte di circa 1.800.000 iscritti ad un corso di istruzione superiore. In Gran Bretagna, invece, è il 29% di studenti a risiedere in college, il 12,3% in Germania, il 16,1 % in Francia, l’8,5% in Spagna.

Servono 2,5 miliardi di euro per rendere competitivo il nostro Paese anche per le residenze universitarie e allinearle agli standard europei.

In Francia esiste un organo statale⁷ Centres Régionaux des Oeuvres Universitaires (CROUS) che si occupa di fornire un’abitazione agli studenti. In Germania non esiste un sistema di campus universitari sebbene solamente il 22,9% degli studenti viva in casa dei genitori. Situazione particolare in Gran Bretagna che ha ben il 29% degli studenti che vive nelle residenze universitarie, i famosi college di tradizione anglosassone. In Spagna il 69% degli studenti universitari vive con i genitori e solo l’8,5% degli studenti vive in residenze studentesche.

La ricerca evidenzia una somiglianza tra Italia e Spagna per quanto concerne la natura dei servizi prestati ed il livello delle tariffe: in entrambi i paesi le strutture sono molto ben attrezzate, dotate in molti casi di un servizio di pensione completa, ma con livelli di tariffe superiori rispetto ad altri paesi. In Inghilterra, Germania e Francia, invece, si può notare un più basso livello di servizi, ma tariffe più accessibili se paragonate al potere di acquisto medio del cittadino. In queste realtà si sono osservate condizioni di accesso meno restrittive, frutto di una offerta di mercato più ampia rispetto a Italia e Spagna.

In questo momento l’Italia, come sopra descritto, ha preso coscienza delle esigenze degli studenti e soprattutto della necessità di fornire servizi di alto livello per poter rimanere competitiva ed attrarre anche studenti dall’estero.

Oggi la formazione non si ferma più solo al raggiungimento della laurea, il mondo delle specializzazioni e dei Master post universitari è in netta crescita, valutando freddamente l’offerta formativa dal punto di vista economico ed analizzando il caro vita delle città più attrattive (Milano, Roma, etc) ci si domanda come mai i ragazzi fruitori di formazione non emigrino in blocco verso Paesi esteri.

Paesi in grado di offrire formazione paragonabile alla nostra, con gli stessi oneri da supportare, ma avendo in più l’opportunità di coniugare ad un alto livello di formazione la possibilità di imparare o perfezionare una lingua straniera.

Probabilmente questo accade perché la formazione italiana è ancora di alto livello e comunque connessa al mondo del lavoro.

Questa peculiarità, però, quanto ancora sarà in grado di garantire a una precisa tipologia di studenti alto livello formativo e ampie possibilità lavorative?

Sicuramente non sarà l’accommodation a essere



Dicembre

il solo polo di attrazione per le future generazioni di studenti, ma una sempre maggiore efficienza ed efficacia di formazione correlata alla funzionalità di infrastrutture; questa si ritiene debba essere la strada da perseguire.

Efficacia ed efficienza che coinvolga l'università, privati, P.A., Enti Religiosi e tutti coloro che in qualche modo intervengono nel processo di formazione dello studente del futuro.

Le residenze universitarie. Nelle residenze universitarie ristrutturate, gli studenti dispongono, in genere, di una camera di circa 9 mq, cucine in comune, sale di studio, di riunione e di svago, servizi di puli-informazioni generali zia, fornitura di lenzuola e coperte, servizio di sorveglianza. L'affitto è di circa 132,91 euro al mese.

Le nuove residenze universitarie costruite negli ultimi anni non seguono uno standard nazionale ma sono definite da ogni CROUS. I monolocali variano dai 18 ai 23 mq e comprendono angolo cottura, bagno, spazi collettivi come lavanderia, sale di studio e di riunione, fotocopiatrice, bar, distribuzione di piatti preparati, ecc. In entrambi i casi gli studenti possono usufruire, a certe condizioni, di un aiuto personalizzato per l'affitto, Aide personaliste au logement (APL), rilasciato da appositi organismi, le Caisses d'Allocation Logement (CAF) alle quali ci si deve rivolgere.

Alloggi in HLM (abitazioni ad affitto moderato). Il 10% degli alloggi studenteschi gestiti dai CROUS sono monolocali o appartamenti ammobiliati presso residenze chiamate HLM (Habitations à Loyer Modéré). L'affitto mensile è di circa 125,89 Euro per una singola e di 215,82 Euro per una doppia.

I Foyers convenzionati. I CROUS offrono anche un alloggio in una ventina di foyers (pensionati) convenzionati. Per un affitto compreso

fra i 251,79 e i 323,74 Euro, 1850 camere sono affittate a studenti, (tra 359,71 e 431,65 Euro per la mezza pensione, tra 467,62 e 647,48 Euro per la pensione completa).

Anche per questa soluzione occorre rivolgersi ai CROUS o ai Centres d'Information de Documentation Jeunesse (CIDJ) o all'Association des Foyers Internationaux (AFI).

A Parigi presso la Cité Internationale Universitaire si può contattare anche la Maison d'Italie che offre alloggio a studenti e ricercatori. Monolocali o appartamenti a studenti.

Esiste pertanto un luogo dove poter consultare queste offerte, benché queste siano sempre minori rispetto alla richiesta.

Inoltre il CROUS offre agli studenti interessati una consulenza giuridica per il contratto d'affitto. I prezzi di una camera in affitto variano tra i 269,78 e 359,71 Euro in provincia e tra i 269,78 Euro e i 539,56 Euro a Parigi. Per un studio (monocale) i prezzi si aggirano tra i 449,64 Euro e i 719,42 Euro.

Ospite pagante in famiglia. È possibile anche essere ospite pagante in famiglia o optare per la formula alla pari. Le informazioni riguardanti entrambe le possibilità, possono o verificare in anticipo la disponibilità di un alloggio e muoversi in anticipo.

Colegios Mayores: sono residenze all'interno del campus universitario: è l'opzione più cara. Il prezzo è approssimativamente di 600 euro al mese (ma ci sono anche residenze meno care) e include i pasti e, alcune volte, la pulizia della camera, il cambio delle lenzuola, servizio di lavanderia e di stireria. La maggior parte delle residenze è solamente per ragazzi o per ragazze, e le residenze femminili sono molto restrittive (ad esempio bisogna compilare un foglio se non si rientra la notte e questo foglio viene inviato alla famiglia a fine mese).

Residenze universitarie: sono meno care e sono vicine al campus, ma se ne possono trovare anche lontane o in centro città.

Appartamenti universitari: alcune Università offrono anche questo servizio, ma spesso sono più cari degli appartamenti privati.

Appartamenti per studenti: è un'opzione molto popolare ed è meglio che cominciate a cercare il

vostro alloggio già da giugno per l'anno accademico successivo, tra le bacheche dell'università e i giornali o siti web di annunci.

Alloggi del settore privato: sono gestiti da alcune Università. Gli studenti pagano una quota che comprende l'affitto, le spese e i pasti.

Marzia Morena

(Politecnico di Milano, Dipartimento BEST)

NORMATIVA DI RIFERIMENTO

– Legge 14 Novembre 2000, n. 338, “Disposizioni in materia di alloggi e residenze per studenti universitari”. Standard minimi dimensionali e qualitativi e linee guida relative ai parametri tecnici ed econo-

mici concernenti la realizzazione di alloggi e residenze per studenti universitari di cui alla legge 14 Novembre 2000 n. 338 – Decreto n. 118/2002 e Decreto n. 4.

NOTE

1 Giuseppe Sala - Fondazione Cassoni - Convegno Assolombarda: “Abitare e studiare a Milano. Presentazione di un modello di fattibilità economico, gestionale e progettuale per l'housing universitario”, Milano 2007

2 MeglioMilano è un'Associazione senza fini di lucro fondata nel 1988. Scopo dell'associazione è quello di predisporre progetti che possano favorire il miglioramento della “qualità urbana”, sia del contesto complessivo, sia di aree specifiche e di realizzarli.

3 Indagine MeglioMilano: “Vivere e studiare a Milano”, Milano 2004

4 Adiconsum

5 Francesco De Probizer_Pirelli Real Estate - Convegno Assolombarda: “Abitare e studiare a Milano. Presentazione di un modello di fattibilità economico, gestionale e progettuale per l'housing universitario”, Milano 2007

6 Ricerca sull'Edilizia residenziale universitaria, realizzata dal Politecnico di Milano per conto della cooperativa Nuovo Mondo, Milano 2007

7 I Centres Régionaux des Oeuvres Universitaires (CROUS) aiutano gli studenti a risolvere problemi sia interni che esterni all'Università, forniscono informazioni sulle possibilità di alloggio, di lavoro, sui mezzi di sussistenza, il tempo libero e la legislazione sociale in genere.

Le foto che corredano il presente articolo, e che abbiamo definito “Luglio”; “Agosto”; “Settembre”; “Ottobre”; “Novembre”; “Dicembre”; si devono alla cortesia del noto fotografo Giampietro Agostini; e fanno parte di un “percorso” recentemente iniziato dall'Autore.

Giampietro Agostini (1960), trentino di nascita, si diploma in fotografia nel 1985 presso il Centro di Formazione Professionale Riccardo Bauer ex-Umanitaria di Milano. Lavora come fotografo professionista e come consulente artistico per studi di architettura, società immobiliari, aziende e agenzie pubblicitarie e ha sviluppato collaborazioni e commissioni in Italia e all'estero, con istituzioni pubbliche e private, con l'industria con l'editoria.

Nel 1993 viene selezionato per l'European Kodak Panorama of Young Photography. Svolge campagne fotografiche come il “Progetto Archivio dello Spazio” all'interno del Progetto Beni Architettonici e Ambientali della Provincia di Milano. Partecipa al Progetto “Osserva.Ter.” sull'architettura e il paesaggio rurale per il settore Agricoltura della Regione Lombardia.

Le tematiche dei suoi lavori personali, negli ultimi quindici anni, riguardano le modifiche sociali, ambientali e architettoniche in Europa.

Dal 1994 collabora con l'Archivio del Settore Cultu-

ra Identità e Territorio della Regione Lombardia.

Di recente pubblicazione “Nottetempo Milano 1994/2004” Edizioni della Meridiana e “Ex-Fabbrica. Identità e mutamenti ai confini della metropoli” Silvana Editoriale.

Vive e lavora tra il Trentino e Milano. Collezioni e acquisizioni: Museo di Fotografia Contemporanea, Cinisello Balsamo - Milano, Musei Civici di Varese, Bibliothèque Nationale di Parigi, Cabinet des Estampes, Civico Archivio fotografico del Comune di Milano, Raccolta Fotografia Contemporanea della Galleria Civica di Modena, Archivio Beni Architettonici e Ambientali della Provincia di Milano, Archivio Settore Culture Identità e Territorio della Regione Lombardia, Archivio Fotografico della Provincia di Bolzano, Archivio Settore Cultura e Territorio della Provincia di Sondrio, Archivio Golgi - Redaelli Milano, Archivio storico A.E.M. - Milano, Archivio storico E.N.E.L. - Roma.

Una selezione dei suoi lavori è visibile nel sito www.giampietroagostini.it.



Dipartimento B.E.S.T.

Corso di aggiornamento del Politecnico di Milano

Metodi, tecniche e strumenti professionali per il settore immobiliare.

Dipartimento di:

Scienza e Tecnologie dell'Ambiente Costruito

Building Environment Science & Technology

BEST



Laboratorio **Gesti.Tec.**

VII° EDIZIONE

Milano

Gennaio - Luglio 2008



CBRE
CB RICHARD ELLIS
PROFESSIONAL SERVICES

In collaborazione con DS&P Studio Legale Associato



Publication Partners:



Il corso è articolato in 11 moduli che si svolgeranno il venerdì dalle ore 9.00 alle ore 13.30, da gennaio a luglio 2008. E' possibile iscriversi a uno o più moduli.

Per informazioni:

Politecnico di Milano Dip. BEST - Laboratorio GestiTec,

tel. 02/2399.5123. Telefax 02/2399.2596 a mail: gianquido.belardi@polimi.it

MODULO 1

Metodi e tecniche di Project Management applicate al comparto immobiliare e del Project Financing.

MODULO 2

Problematiche processi ed esperienze nell'acquisizione di patrimoni immobiliari.

MODULO 3

Pianificazione e sviluppo immobiliare.

MODULO 4

La finanziarizzazione Immobiliare.

MODULO 5

Metodi e tecniche per la valutazione economica di edifici/patrimoni immobiliari.

MODULO 6

Metodi e tecniche per la valutazione economica di edifici/patrimoni immobiliari.

MODULO 7

RICS (Royal Institution of Chartered Surveyors).

MODULO 8

Analisi degli aspetti fiscali nell'acquisizione e gestione di portafogli immobiliari.

MODULO 9

Fare impresa nel Real Estate

MODULO 10

Analisi del portafoglio immobiliare: come misurare la redditività degli Asset Immobiliari.

MODULO 11

Valorizzazione immobiliare.

Real Estate e PMI

ANALISI DELLA STRUTTURA DELLE PMI ITALIANE: DIFFERENZE E TENDENZE EVOLUTIVE.

LE MEDIE IMPRESE: UN MODELLO PER SUPERARE LE DIFFICOLTÀ DEL MERCATO

La struttura economica del nostro Paese manifesta in questa fase storica alcuni sintomi di andamento discontinuo e quindi di difficoltà. Secondo diversi analisti le cause di questo fenomeno sono da ricercarsi nelle caratteristiche strutturali del nostro sistema produttivo sostanzialmente fondato sulla piccola e media impresa (PMI), ma soprattutto sulla piccola che, in una fase di forte globalizzazione dei mercati e quindi di aumento della competizione internazionale, mostra difficoltà ad innovare e ad affrontare il nuovo scenario di mercato.

La comparsa sul mercato internazionale delle economie emergenti, prime tra tutte India e Cina, in grado di competere sul piano dei costi

(primo fra tutti il costo del lavoro) nelle produzioni manifatturiere (Cina) e di outsourcing di servizi a basso valore aggiunto (India), non ha fatto che aggravare e rendere palese una situazione non brillante che manifestava da alcuni anni segni di debolezza.

Nel contesto di mercato attuale diviene sempre più difficile per le strutture di piccole dimensioni essere in grado di competere: carenze organizzative e culturali nella gestione, sottocapitalizzazione economica, difficoltà nell'accesso al credito e/o capitale di rischio, difficoltà ad allargare le proprie capacità produttive e soprattutto di marketing e commerciali, sono alcune degli elementi che penalizzano le PMI nel contesto attuale. In Italia le aziende di piccole dimensioni rappresentano la componente largamente principale del tessuto produttivo, della ricchezza prodotta e dell'occupazione del nostro paese. Se confrontiamo la struttura produttiva italiana con quella degli altri paesi europei saltano immediatamente agli occhi le differenze in termini di peso del-



Le foto di queste pagine sono courtesy di Lorenza Mercuri. Qui sopra "Clark"



“Old Site”, di Lorenza Mercuri

le PMI sul complesso della base economica:

- in Europa le imprese con un numero di addetti da 1 a 9 sono il 93% del totale, mentre in Italia sono il 95%;
- la dimensione media delle Piccole e Medie Imprese italiane è di 3,8 addetti, invece la dimensione media delle PMI della Gran Bretagna e della Germania è superiore ai 10 addetti.
- nell’Europa dei 15 sono presenti 18,7 milioni di piccole e medie imprese, mentre nell’Europa dei 19 ve ne sono 19,3 milioni. L’Italia, con 4,4 milioni di imprese che rientrano nelle tipologie descritte, è il Paese con la maggiore concentrazione di PIM: nell’Unione Europea quasi una su 4 è italiana.

tenute nel settore dei servizi a dimensioni più elevate nell’industria (fig. 2).

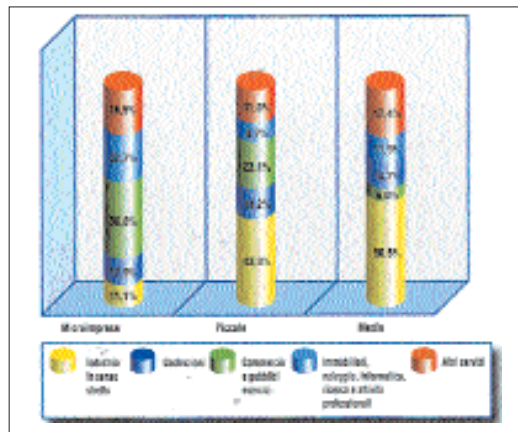


Figura 2: Ripartizione percentuale delle PMI italiane per numero di imprese
Fonte: ISTAT, Rapporto 2004

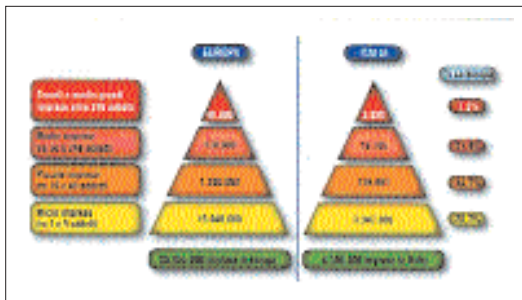


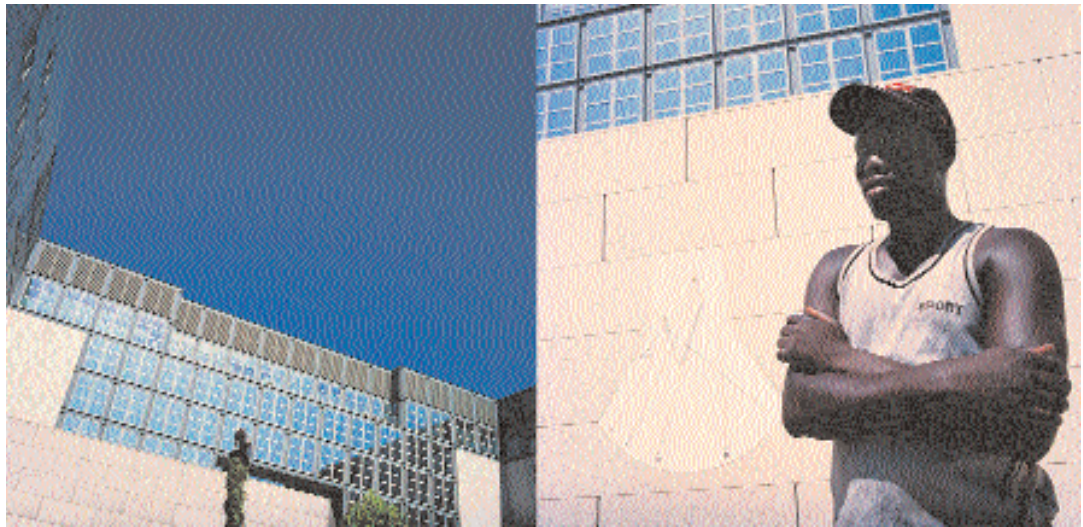
Figura 1: Numero di imprese per fascia di addetti nell’Europa Occidentale e in Italia
Fonte: Elaborazioni NetConsulting su Dati Eurostat (2003) e Istat (censimento 2001)

Analizzando la ripartizione di queste imprese tra i diversi settori, si nota come le microimprese operino prevalentemente nei servizi, in particolare commercio e pubblici servizi (36,8% del totale delle microimprese), il 43% delle piccole imprese opera nell’industria e il 23,1% nel commercio e pubblici esercizi, oltre il 50% delle imprese di medie dimensioni opera nell’industria. Si passa quindi, da dimensioni decisamente con-

Nel passato anche molto recente la struttura delle PMI italiane ha rappresentato un punto di forza della nostra economia, garantendo flessibilità negli impieghi e nella gamma dei prodotti unitamente a contenuti entranti e notevole qualità dei prodotti, fattori che in un contesto di mercato favorevole hanno consentito notevoli successi.

Oggi, questa stessa struttura produttiva in taluni segmenti di mercato a bassa innovazione e valore aggiunto determina situazioni di difficoltà al limite della sopravvivenza. Un segmento non piccolo di PMI pur in una situazione di mercato non favorevole ha saputo reagire affrontando nuove sfide attraverso diverse strategie:

- innovando le proprie capacità gestionali e sviluppando il proprio processo produttivo o di erogazione di servizi in forme sempre più integrate;



“Black Guardian”, di Lorenza Mercuri

- rafforzando i rapporti con i propri partner produttivi (fornitori) e/o commerciali, rendendo più efficiente la propria catena del valore;
- anticipando le tendenze di mercato in termini di innovazione di processi e di prodotti.

Unioncamere nel proprio rapporto 2004 “Le Piccole e Medie Imprese nell’economia italiana” definisce una parte delle PMI del settore manifatturiero “ceto medio” ovvero imprese che hanno saputo crescere, elevarsi attraverso l’elaborazione di strategie fondate sull’innovazione di processo e/o di prodotto. Il rapporto si riferisce alle aziende del settore manifatturiero (ma ve ne sono anche in tutti gli altri settori), con un numero di addetti superiore alle 10 unità, prevalentemente esportatrici, spesso società di capitale e organizzate in gruppi.

Il rapporto di Unioncamere, sempre con riferimento al settore manifatturiero, evidenzia però come vi siano, contrapposte alle imprese “ceto medio”, imprese che definisce “unicellulari” che operano nei settori più tradizionali, che mostra-

no scarsa propensione ad innovare i propri prodotti, che hanno un fatturato inferiore ai 300.000 euro/anno con un numero di addetti inferiore ai dieci ed un unico proprietario titolare. Le imprese “unicellulari” costituiscono il 42,7% del totale delle imprese italiane e sono quelle che mostrano maggiori difficoltà nel mercato al limite delle possibilità di sopravvivenza. Le analisi contenute nel Rapporto 2004 “Le piccole e medie imprese nell’economia italiana” evidenziano come le imprese “ceto medio” si trovino in una fase di crescita del fatturato e nelle prospettive appaiano ben competitive sul mercato. Invece, le imprese con numero di addetti inferiore alle 10 unità evidenziano una significativa riduzione del fatturato (-7,6%).

Anche le previsioni sull’andamento del fatturato evidenziano una profonda differenza nelle traiettorie seguite dalle imprese “unicellulari” e dalle imprese “ceto medio”. Secondo l’indagine Unioncamere, i fattori che hanno fatto emergere il “ceto medio” sono una maggiore attenzione alla qualità del prodotto e una particolare pro-

	1-9 addetti	10-49 addetti	50-250 addetti	Totale manifatturiero
Aumento	18,8%	29,7%	27,0%	20,6%
Stabilità	54,8%	52,5%	58,9%	54,5%
Diminuzione	26,4%	18,1%	14,1%	24,9%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Saldi	-7,6%	11,6%	12,9%	- 4,3%

Tabella 1: Andamento del fatturato delle imprese manifatturiere (2003) (Valori in percentuale).

Fonte: Unioncamere-Ist. Tagliacarte - “Le piccole e medie imprese nell’economia italiana”, Rapporto 2004.

	1-9 addetti	10-49 addetti	50-250 addetti	Totale manifatturiero
Aumento	22,7%	34,0%	37,5%	24,7%
Stabilità	60,5%	54,0%	58,3%	59,5%
Diminuzione	16,8%	12,0%	4,2%	15,8%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Salda	3,9%	22,0%	33,3%	8,9%

Tabella 2: Previsioni sull'andamento del fatturato (2004-2005) (Valori in percentuale)

Fonte: Unioncamere – Ist. Tagliacarne – “Le piccole e medie imprese nell'economia italiana”, Rapporto 2004

pensione alla collaborazione con altre imprese, anche estere, per avviare attività di vendita e/o produzione e per consolidare la posizione in alcuni mercati, ottenendo benefici quali l'ottimizzazione dei processi produttivi, l'abbattimento dei costi di produzione, una più efficace distribuzione dei prodotti e, ultimo ma non meno importante, la capacità di puntare sull'innovazione. Delle medie imprese, il 73,8% ha puntato sull'innovazione, a fronte del 52,4% delle imprese unicellulari.

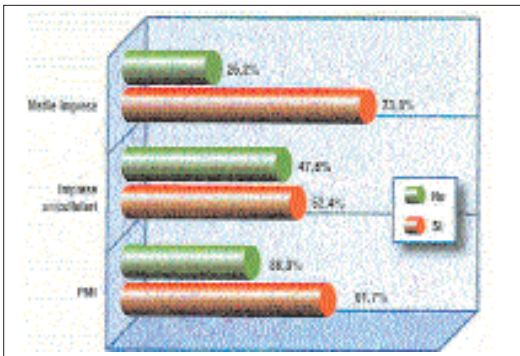


Figura 3: Imprese che usano l'innovazione come fattore di competitività (valori in percentuale)

Fonte: Unioncamere – Ist. Tagliacarne - Le piccole e medie imprese nell'economia italiana, rapporto 2004.

I dati e le riflessioni fino a qui sviluppate sono pienamente confermate dall'indagine realizzata dal Centro Studi Unioncamere sui dati relativi all'andamento delle attività delle imprese nel secondo trimestre 2007. Si tratta indubbiamente dei dati più recenti disponibili nel nostro paese. Nel secondo trimestre del 2007, in confronto all'analogo periodo del 2006, le imprese del settore manifatturiero hanno evidenziato una crescita della produzione dell'1,1%, mentre il fatturato è aumentato di un valore percentuale inferiore: lo 0,6%.

Il rapporto di Unioncamere evidenzia come que-

sto risultato sia stato prodotto dall'andamento molto positivo delle imprese con oltre 50 dipendenti (+2,3% la produzione e + 2,6% il fatturato) e per contrapposto dalla situazione di stabilità e per certi versi anche di decremento delle imprese con meno di 50 dipendenti (+0,1% la produzione e -1,1% il fatturato).

A livello territoriale si evidenzia la tradizionale e preoccupante divisione tra il Nord, che mette a segno risultati positivi sia per la produzione (+1,8% l'andamento del Nord Ovest e +1,7% quello del Nord Est), sia del fatturato (+1,6% il Nord Ovest e +0,8% il Nord Est) e il resto del Paese. Decisamente meno vivace l'andamento della produzione (+0,3%) e del fatturato (+0,2%) nel Mezzogiorno e addirittura negativo quello delle regioni centrali (-1,1% della produzione e -2,2% il fatturato).

Un quadro simile emerge anche per quanto attiene all'andamento delle esportazioni sempre con riferimento al secondo trimestre 2007 confrontato con l'analogo periodo 2006, che evidenziano un +2,3% a livello nazionale.

A livello territoriale, invece, emergono le ottime performance del Settentrione (+4,4% il Nord Ovest e +4,1% il Nord Est), cui fa da contraltare la stazionarietà del Centro (+0,1%) e del Mezzogiorno (+0,3%).

Sulla base di questo andamento, che evidenzia le forti discrasie tra piccole e medie imprese e tra Nord ed il resto del Paese, alcuni esponenti del mondo economico hanno lanciato un “allarme PMI” che soffrono in modo evidente l'incremento di competitività del mercato nazionale e internazionale e manifestano difficoltà ad avviare processi di riorganizzazione produttiva e della rete distributiva, nonché ad investire in innovazione cioè, in tecnologia e risorse umane.

Un conferma di questo quadro per molti versi preoccupante, soprattutto per quanto attiene il settore manifatturiero italiano nel suo complesso, deriva anche dall'analisi di come il sistema delle PMI utilizza ed investe nelle tecnologie

dell'informazione che, come è noto, sono alla base di molti processi di efficientizzazione e innovazione produttiva e della filiera commerciale.

Piccole e Medie Imprese e Tecnologie IT (Information Technology)

In questa fase storica la capacità innovativa complessiva delle imprese italiane appare fortemente differenziata in relazione alla dimensione aziendale.

- In modo particolare le piccole imprese (comprese tra 1 e 49 addetti (oltre 4 milioni di imprese) spendono in Information Technology solo il 18,2 della spesa complessiva delle imprese;
- le imprese medie con numero di addetti compreso tra 50 e 249 addetti spendono il 23,4% del totale;
- le grandi imprese (quelle con più di 250 addetti) che sono circa 3000 e che rappresentano numericamente solo lo 0,1% del totale delle imprese italiane, spendono più della metà (54,2%) della spesa complessiva delle imprese italiane nelle tecnologie IT.

In particolare occorre notare come nel corso del 2004 le piccole imprese abbiano addirittura ridotto gli investimenti nell'IT rispetto al 2003 di circa il 3,5%.

Le medie imprese, al contrario, hanno raggiunto una evidente consapevolezza dei possibili vantaggi offerti dalle tecnologie IT, sia sul piano della gestione, che su quello produttivo e stanno sperimentando modelli di investimento nelle nuove tecnologie ormai del tutto simili a quelli delle grandi imprese.

La differenza nell'approccio agli investimenti nell'IT che contraddistingue le piccole rispetto alle medie imprese corre il rischio di penalizzare le prime nel breve-medio termine e pone l'interrogativo se sia corretto dal punto di vista dell'analisi dei problemi di questa fase storica utilizzare il concetto di PMI in modo unificante ed indistinto.

Vi sono comunque ulteriori elementi per distinguere sempre più le piccole dalle medie imprese. Le piccole imprese italiane sono infatti generalmente caratterizzate da un complesso di fattori che sinteticamente richiamiamo:

- conduzione familiare, con coincidenza tra management e proprietà;
- ruoli e funzioni informali;
- forte focalizzazione sul core business;
- gestione spesso "a vista";

- relazioni prevalentemente con partner locali (fornitori, banche, ecc.);
- innovazione tecnologica rivolta al miglioramento delle fasi produttive;
- pressoché totale assenza di funzioni strutturate di marketing;
- debolezza della struttura commerciale ed in generale distributiva;
- struttura del Sistema Informativo aziendale (S.I.) modesta e legata all'automazione di singole funzioni aziendali (amministrazione, ecc.).

La competizione del mercato, la necessità di innovare, una visione più ampia ed evoluta dei problemi ha fatto invece crescere e divenire più sofisticata la struttura organizzativa delle medie imprese ed i loro modelli di business.

Infatti, le medie imprese più dinamiche hanno ormai alcune caratteristiche sempre più assimilabili a quelle delle grandi imprese:

- management prevalentemente esterno, con competenze manageriali e di settore;
- organizzazione basata sulla specificità dei ruoli, processi formalizzati e gestione per obiettivi;
- gestione basata su pianificazione, strategie definite e verificate nel tempo;
- attività di supporto spesso date all'esterno;
- innovazione tecnologica estesa a più aree aziendali, non solo alla produzione;
- una struttura del S.I. interna è spesso basata su sistemi di integrazione di tipo ERP (Enterprise Resource Planning).

UNA RICERCA DEL POLITECNICO DI MILANO

“L'Osservatorio permanente sulle PMI” del Politecnico di Milano nel “Rapporto 2004” offre un quadro analitico e documentato della diffusione e di criteri di utilizzazione delle tecnologie ICT (Information Communication Technology) presso le aziende del nostro paese. La ricerca del Politecnico di Milano si basa nel 2004 sull'analisi dettagliata di un campione di 500 PMI distribuite nelle diverse aree geografiche italiane e nei diversi comparti merceologici.

La capacità-maturità di utilizzazione delle tecnologie ICT (Information Communication Technology) viene definita considerando due variabili: la maturità infrastrutturale e la maturità applicativa. La maturità infrastrutturale, a sua volta, è determinata dal livello di omogeneità dei sistemi operativi lato server e dalla tipologia di architettura: l'omogeneità dei sistemi informativi aumenta man mano che si passa da un'archi-

tettura proprietaria a un'architettura aperta.

La maturità applicativa, invece, dipende dai livelli di supporto integrato ai processi e di flessibilità applicativa, intesa come il livello di aggiornamento, standardizzazione e diffusione delle applicazioni: si hanno un basso supporto e una scarsa flessibilità nel caso in cui l'impresa utilizzi pacchetti di applicazioni semplici a bassa copertura funzionale, un alto supporto e un'elevata flessibilità nel caso in cui si arrivi ad adottare un ERP (Enterprise Resource Planning). I risultati dell'indagine portano a individuare quattro tipologie di imprese:

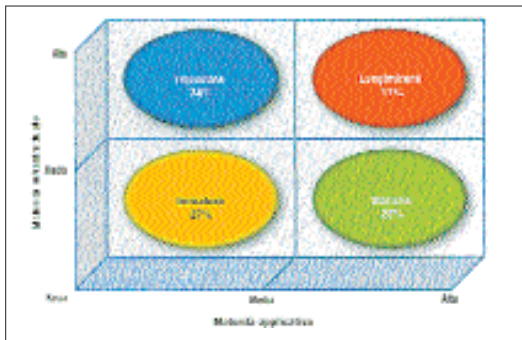


Figura 4: La maturità ICT delle PMI italiane
Fonte: Mip. Politecnico di Milano, 2005

- Imprese “immature” (il 27% del campione analizzato), ovvero imprese che non hanno particolari esigenze ICT (Information Communication Technology), soprattutto dal punto di vista della gestione delle informazioni, oppure che ne hanno ma non percepiscono il valore aggiunto dell'ICT (Information Communication Technology), o ancora hanno soltanto iniziato a percepirlo e si accingono a investirvi;
 - Imprese “statiche” (il 28%), focalizzate su interventi che privilegiano le applicazioni e trascurano l'infrastruttura;
 - Imprese “impostate” (il 34%), che dispongono di una buona base infrastrutturale, spesso con architettura aperta, ma evidenziano limiti dal punto di vista della copertura e dell'integrazione applicativa;
 - Imprese “lungimiranti” (l'11%), prevalentemente appartenenti a settori più competitivi che hanno piena consapevolezza del ruolo strategico dell'IT, dotate di un'architettura matura sia dal punto di vista delle infrastrutture sia da quello delle applicazioni.
- Ogni diversa tipologia di impresa individuata dalla ricerca del Politecnico di Milano esprime un diverso livello e articolazione della domanda di tecnologia IT:
- Le imprese che non hanno investito, né dal punto di vista delle infrastrutture, né dal punto di vista applicativo, avranno necessità di investire già nel breve periodo. La domanda sarà rivolta, sia a tecnologie di base hardware e software (per esempio a un'infrastruttura server o un database), sia a soluzioni applicative rappresentate da singoli moduli, in particolare pacchetti di contabilità e finanza oppure più strettamente legati all'area della produzione, anche in sostituzione di applicazioni obsolete. La domanda si rivolgerebbe verso fornitori locali, software house ma anche fornitori di pacchetti specifici per quel particolare settore.
 - Le aziende che hanno investito in applicazioni, trascurando gli aspetti di tipo infrastrutturale, daranno luogo a una domanda di piattaforme di integrazione, con la funzione di far dialogare soluzioni implementate in risposta a singole esigenze, in aree diverse, ma senza alcuna pianificazione. Si tratta di aziende con necessità di consolidamento, sia hardware sia software, per ottimizzare una struttura IT difficile e onerosa da gestire. Sono aziende pronte a percepire i vantaggi di una soluzione ERP (Enterprise Resource Planning), che copra a 360 gradi aree e processi produttivi finora coperti con soluzioni che hanno dato luogo a isole applicative.
 - Le aziende che hanno investito in infrastrutture rappresentano terreno fertile per qualunque tipo di evoluzione applicativa, per soluzioni volte a coprire esigenze di singole aree, gestionali, di ERP (Enterprise Resource Planning) o anche di Business Intelligence.
 - Le aziende più evolute, in seguito all'automazione interna dei processi, è probabile che vorranno o dovranno (per il contesto di mercato in cui operano) integrare il proprio sistema informativo con quello dei partner, a monte e/o a valle della catena del valore: fornitori, agenti, distributori, clienti, ecc. Rappresentano, quindi, un target potenziale per soluzioni di Enterprise Portal o Extranet, soluzioni di Supply Chain Management (SCM) o Customer Relationship Management (CRM) (laddove non già utilizzate), strumenti e soluzioni di mobile business. A prescindere dalle categorie sopra individuate, le PMI rappresentano potenziali utenti di soluzioni trasversali. Alcune esigenze, infatti, accomunano questo tipo di imprese.
 - La sicurezza, che nelle aziende piccole e/o meno strutturate comporterà l'acquisto di firewall e antivirus e in quelle più grandi e/o

più strutturate la predisposizione di piani di sicurezza con conseguenti investimenti in hardware, software ma anche in servizi (per esempio in consulenza per sensibilizzare i dipendenti su questa tematica);

- La gestione documentale, che produrrà una domanda diretta a singole soluzioni o a veri e propri sistemi di workflow management nelle aziende di dimensioni più elevate;
- La domanda di storage, generata anche da aspetti di tipo normativo, legati a "Basilea 2" o alle norme relative all'emissione e archiviazione dei documenti in formato elettronico (per esempio: fattura elettronica). "Basilea 2", in particolare, richiederà alle aziende una maggiore quantità di dati e informazioni da fornire alle banche e di conseguenza una maggiore quantità di dati e informazioni da archiviare. Ovviamente, la domanda di storage andrà da soluzioni elementari, quali nastri e dischi, a soluzioni più evolute quali Nas e San per le realtà di maggiori dimensioni, o anche piccole ma con particolare esigenze di conservazione dei dati;
- La comunicazione, sia interna che esterna. Nelle realtà più piccole troveranno sbocco soluzioni di Intranet aziendali per la condivisione delle informazioni interne, Intranet che diventeranno sempre più interattive man mano che aumenterà la complessità aziendale. L'evoluzione tenderà, quindi, a soluzioni di Employee Portal qualora il numero dei dipendenti diventasse tale da rendere disponibile uno sportello Human Resources on line o, addirittura, a soluzioni di Enterprise Portal in quelle aziende, anche non grandi, che operano a livello internazionale (aziende con un elevato export o che hanno optato per la delocalizzazione produttiva in Paesi a basso costo della manodopera).

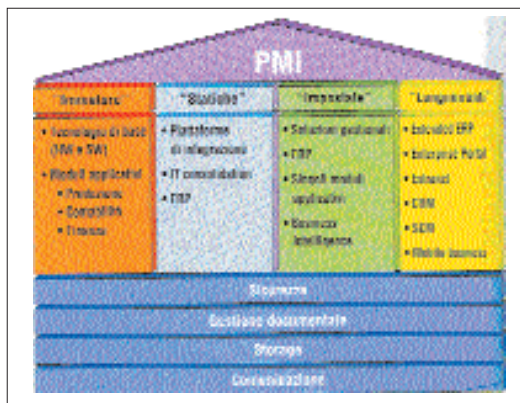


Figura 5: La domanda di IT da parte delle PMI
Fonte: NetConsulting (2005) su tipologie PMI di MIP - Politecnico di Milano

L'Andamento degli investimenti in Information Technology (I.T.) delle PMI italiane: i risultati di alcune ricerche

L'andamento e il valore della spesa IT, nel triennio dal 2003 al 2005, evidenzia due profili molto diversi:

- Medie imprese che hanno percepito la strategicità dell'IT e ne hanno aumentato il budget (nel 2005 la spesa IT di questo segmento è aumentata dell'1,8% per un valore di circa 4,6 miliardi di euro);
- Piccole imprese che non danno ancora segnali molto positivi, seppur la riduzione della spesa registrata nel 2005 sia inferiore rispetto a quella tra il 2004 e il 2003 (la spesa IT da parte di questo segmento ammonta a circa 3,5 miliardi di euro) (fig. 6).

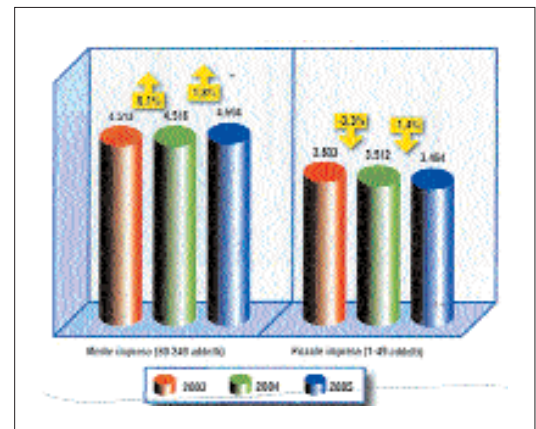


Figura 6: La domanda di IT delle PMI italiane (2003-2005). Valori in milioni di euro, variazioni in percentuale.

Fonte: AlTech-Assinform/NetConsulting

Come emerge da un'indagine NetConsulting realizzata su un campione di 20 imprese, con un fatturato medio di circa 70 milioni di euro e un numero di dipendenti di circa 330 addetti, gli obiettivi di business di queste imprese, in linea con la situazione più generale, sono rappresentati da esigenze di contenimento dei costi, di razionalizzazione e di maggiore efficienza delle proprie strutture organizzative e dei processi. Pur non trascurando obiettivi di miglioramento della propria offerta (attraverso una più elevata qualità dei prodotti), dei rapporti con i vari attori (fornitori e clienti) a monte e a valle della catena del valore, o della propria quota di mercato. A fronte di queste priorità di business, le imprese ritengono che l'IT possa dare un notevole contributo dal punto di vista della maggiore efficienza dei processi e della razionalizzazione dei costi ma non sottovalutando i benefici che da un

maggior utilizzo dell'IT possano derivare in termini di miglioramento dei rapporti con clienti e fornitori, diversificazione dell'offerta e dei canali distributivi.

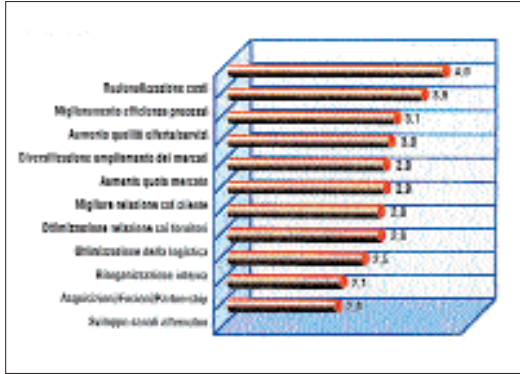


Figura 7: Gli obiettivi di business e il ruolo dell'IT

Fonte: Indagine NetConsulting, 2005

Nonostante la maggiore consapevolezza della strategicità dell'IT da parte delle piccole imprese, vi sono ancora vincoli che di fatto limitano gli investimenti. Uno dei maggiori freni a investire in Information Communication Technology (ICT) è rappresentato, oltre che dai ben noti vincoli di budget che favoriscono acquisti incrementali più che investimenti, da una gestione più a "vista" che pianificata. Ciò avviene, tra l'altro, a causa della mancanza di risorse umane in grado di seguire un progetto di introduzione di innovazione tecnologica: anche quando vengano introdotte innovazioni, i costi effettivi risultano essere decisamente superiori a quelli preventivati, per via del manifestarsi di costi nascosti generati dalla mancanza di precedenti esperienze di progetti innovativi e dalla mancanza di competenze.

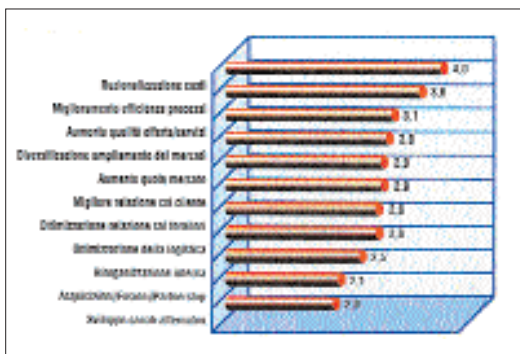


Figura 8: Azioni intraprese dalle PMI per migliorare la soddisfazione sull'utilizzo delle tecnologie. Valori in percentuale

Fonte: Osservatorio ASAM (Università Cattolica di Milano) sulle PMI, 2005

Come emerge dall'Osservatorio PMI e Information Technology curato dall'Associazione per gli Studi Aziendali e Manageriali (ASAM) dell'Università Cattolica di Milano, mentre nel 2004 sono stati privilegiati investimenti in soluzioni applicative, nel corso del 2005, una maggiore enfasi è stata data alla componente servizi in un'offerta di tipo integrato. In sostanza, le PMI non chiedono un prodotto ma un'offerta integrata, consapevoli di imparare a usare le soluzioni per poterle sfruttare appieno a supporto del business. Quello che emergerebbe dall'analisi ASAM, che riteniamo si addica più alle medie che alle piccole imprese, è una nuova sensibilità verso la tecnologia, all'interno di un quadro business caratterizzato da una maggior attenzione verso il miglioramento dei risultati aziendali e non solo dalla riduzione dei costi (fig. 8).

Un atteggiamento attento, più che in passato, a ottimizzare vantaggi e ritorni della tecnologia, attraverso diverse azioni, in particolare:

- Maggiori investimenti in formazione tecnologica (86% del campione analizzato);
- Investimenti in formazione manageriale (65%);
- Maggiore apertura verso i vendor attraverso accordi di partnership, apertura che evidenzia come le diverse iniziative di molti vendor, volte a creare una maggiore diffusione delle tecnologie, incomincino a dare risultati;
- Non ultima la necessità, seppur espressa da una percentuale di imprese non particolarmente alta, di incrementare la spesa IT.

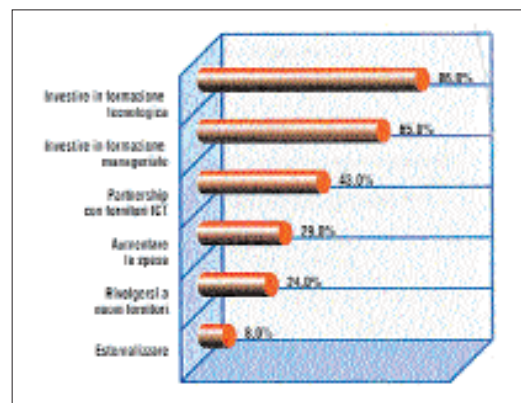


Figura 9: La presenza di reti aziendali nelle PMI italiane. Valori in percentuale

Fonte: ISTAT, Statistiche in breve, 27 dicembre 2005

Il rapporto ASAM sottolinea anche come i canali digitali per la trasmissione dei dati stiano assumendo un'importanza crescente. Alla luce di questo, dovrebbe migliorare il quadro

che l'Istat fa sull'uso della Rete da parte delle PMI italiane.

La Rete presenta, se ben utilizzata, un'elevata capacità di supporto e di sviluppo del business. E' un mezzo di comunicazione potente (con elevata capacità di trasmissione, pubblico sempre più ampio, qualità adeguata) ma non sempre nelle nostre PMI viene sfruttata in tutte le sue potenzialità.

Internet è ormai presente nella quasi totalità delle nostre imprese, con poche differenze tra le piccole e quelle di medie dimensioni (la presenza di Internet passa dal 95,5% delle imprese informatizzate con un numero di dipendenti compreso tra 10 e 49 al 98,9% delle imprese di medie dimensioni). La connessione a internet e la posta elettronica sono realtà indifferentemente diffuse tra i diversi settori di attività economica, classi di addetti e ripartizioni geografiche.

E' nell'utilizzo della Rete, tuttavia, che emerge il divario tra le piccole imprese e quelle di maggiori dimensioni, come evidenziano i dati relativi alla presenza di un sito Internet, di una intranet aziendale e di una Extranet. Solo il 10% delle imprese di minori dimensioni utilizza una Extranet, tutte le altre rinunciano alle potenzialità di collegamento, nei rapporti a monte e a valle della catena del valore, che una Extranet è in grado di offrire. Un uso più efficiente della Rete è quindi ancora poco diffuso tra le aziende di minori dimensioni. La presenza nelle nostre aziende di siti Web, intranet ed Extranet è strettamente correlato al crescere delle dimensioni aziendali (fig. 9).

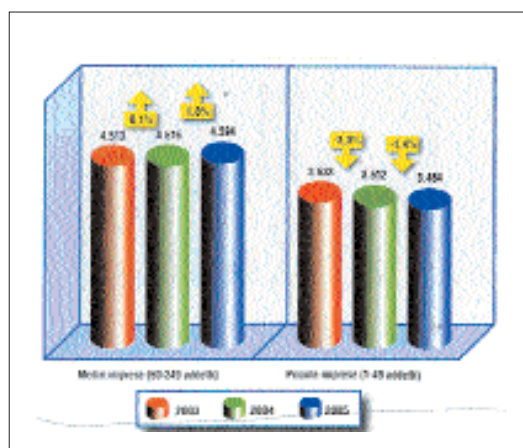


Figura 10: Innovazione e marketing nelle PMI
Media del campione: 100

Fonte: Banca Intesa/Tedis 2005

Secondo una ricerca Tedis - Banca Intesa su circa 700 imprese appartenenti a settori del

made in Italy, tre elementi appaiono trainanti per la competitività: l'innovazione tecnologica, il capitale umano e i modelli organizzativi (conoscenze, governo di reti produttive e commerciali estese, innovazione distribuita), la capacità di marketing e comunicazione (come strategie di brand, design, comunicazione, capacità di interazione con i consumatori finali). Secondo questa ricerca il vantaggio competitivo delle PMI, appartenenti ai settori made in Italy, deriva dalla capacità di combinare questi tre aspetti in un mix che sia coerente con le caratteristiche e le dinamiche del settore di appartenenza di ciascuna azienda.

Considerando come fattori critici di successo la tecnologia, l'organizzazione e il marketing, vengono individuati quattro diversi profili di imprese:

- "vincenti", quelle che presentano un andamento del fatturato superiore alle altre imprese e una redditività operativa maggiore di quella settoriale;
- "in corsa", imprese che riescono a far crescere il fatturato più delle altre anche a costo di una redditività operativa inferiore;
- "prudenti", quelle che puntano a mantenere una redditività operativa superiore alla media delle imprese del proprio settore e non alla crescita;
- "in difficoltà", imprese che non riescono a sviluppare il fatturato e che presentano una redditività operativa inferiore alle altre.

Dall'analisi emerge come le diverse imprese vincenti abbiano adottato, in modo più intenso delle altre, strategie d'innovazione sia per quanto riguarda le strutture dedicate alla tecnologia e al design, sia per quanto riguarda la capacità di offrire al mercato nuovi prodotti. Emerge, inoltre, una maggiore capacità di sostenere l'innovazione con adeguate politiche di marketing, attraverso strategie di brand.

Anche le imprese in corsa inseguono le stesse strategie, in modo meno intenso delle vincenti, in particolare per quanto riguarda la capacità di offrire nuovi prodotti.

Le imprese prudenti e quelle in difficoltà, invece, sono proprio quelle che non hanno investito in innovazione e adottano in modo intenso strategie di brand. (fig. 10).

Per quanto riguarda i processi di internazionalizzazione i risultati sono meno netti. L'internazionalizzazione commerciale (indicatore che tiene conto sia della presenza di reti commerciali all'estero sia della propensione all'export) appare associata, in parte, a una buona capaci-

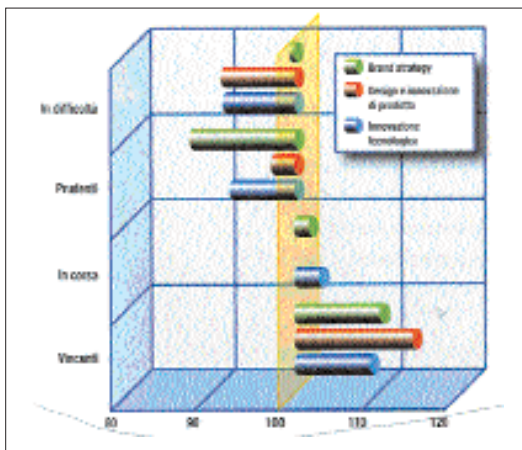


Figura 11: L'organizzazione delle PMI
Media del campione: 100
Fonte: Banca Intesa/Tedis 2005

tà di incrementare il fatturato. Ma si nota anche come un'elevata esposizione sui mercati esteri, in un periodo di forti tensioni competitive, può giocare un ruolo negativo sulla redditività: le imprese in corsa e quelle in difficoltà sono, infatti, quelle in cui l'indicatore di internazionalizzazione commerciale appare più elevato (fig. 11).

Da questi risultati deduciamo che le imprese che ricorrono all'innovazione tecnologica e la considerano non fine a se stessa ma stretta-

mente correlata alle strategie di business riescono a ottenere migliori risultati in termini di fatturato, redditività e, quindi, sono anche quelle più efficienti.

Alcuni soggetti esterni alle imprese possono giocare un ruolo propulsore nella diffusione dell'innovazione tecnologica presso le PMI:

- Le associazioni di categoria, attraverso iniziative di comunicazione e di informazione tarate sulle problematiche delle aziende locali, convenzioni con vendor ICT che possano agevolare l'acquisto di hardware o soluzioni;
- Le Banche, attraverso finanziamenti ad hoc, definiti in collaborazione con i vendor ma anche con le stesse imprese;
- Le Università, attraverso un rapporto più collaborativi con le imprese, basato non solo su iniziative di stage per laureandi ma anche sull'organizzazione, eventualmente in partnership con i vendor, di convegni e seminari che possano informare e formare sull'utilizzo delle nuove tecnologie (il che presuppone, da parte di alcune università, la necessità di superare un'eccessiva burocratizzazione, tempi e modalità operativi difficilmente conciliabili con la realtà di business).

Oliviero Tronconi

(Politecnico di Milano, Dipartimento BEST)



PROGETTI FOTOGRAFICI PER LA
COMUNICAZIONE D'IMPRESA

WWW.LMSTUDIO.EU
INFO@LMSTUDIO.EU
MOB.333-2190140

**Le foto pubblicate da pagina 92 a pagina 101
sono di Lorenza Mercuri, e hanno partecipato nel 2007
a un Concorso Fotografico Internazionale
bandito da ING Real Estate**

Sustainability, con BTicino

Sala pienissima e pubblico delle grandi occasioni, lunedì 22 ottobre alla "Terrazza Martini" di Milano, per la Tavola Rotonda su "I nuovi orizzonti della sostenibilità ambientale", promossa da BTicino, in collaborazione con Easi Group, che ha riunito importanti esponenti del mondo immobiliare, dell'edilizia, di enti pubblici e accademici. C'erano anche molte signore appartenenti all'Associazione Real Estate Ladies – AREL.

«BTicino, da sempre sensibile alle tematiche legate alla sostenibilità sociale e ambientale, ha voluto dare vita a un'occasione di dibattito per raccogliere le più recenti testimonianze di interlocu-

tori di primaria importanza e per promuovere un confronto volto a creare una cultura della sostenibilità, rivolta in particolare a progetti immobiliari di luoghi collettivi e di hospitality, considerando la situazione Italiana in rapporto anche ad esperienze internazionali» afferma la Nota di Stampa diffusa al termine dell'incontro. «Punto di partenza di questa iniziativa è stata la presentazione del progetto "Asilo Nido Sostenibile Il Papaverino Blu", frutto della stretta collaborazione tra BTicino e Easi Group, realtà all'avanguardia nello sviluppo di asili nidi aziendali. Primo esempio di struttura per l'infanzia di tal genere in



Un momento dei lavori



Un'altra immagine del Convegno BTicino

Europa, "Il Papaverino Blu" è interamente realizzato secondo principi dell'eco-compatibilità che, ponendo al centro di tutto il bambino, integrano sapientemente le esigenze legate alla sostenibilità, le opportunità della domotica e le più evolute frontiere della formazione didattica. L'asilo sorge all'interno di Technocity Alto Milanese di Legnano, la cittadella dell'high tech e cluster aziendale alle porte di Milano».

Nell'aprire Tavola Rotonda il Consigliere Delegato e Direttore Generale BTicino, Paolo Perino, ha affermato che da tempo la Società sta lavorando su temi legati alla sostenibilità. «Il nostro approccio è sempre stato volto a soddisfare, e talvolta anticipare, esigenze legate all'evoluzione del mercato con grande attenzione all'impatto sociale e ambientale che le nostre soluzioni producono sui diversi stili di vita. L'Asilo Nido Sostenibile il Papaverino Blu ne è un significativo esempio» ha detto.

«Papaverino Blu è frutto di impegno e dedizione di professionisti» ha dichiarato Lina Pusateri, Amministratore Unico Easi Group «i quali credono in una società eticamente sostenibile, che lo ha reso il primo asilo nido domotico e interamente eco-sostenibile in Europa».

È stato poi presentato, attraverso un filmato, l'asilo nido come «esempio di progetto educativo, che parte dall'individualità del bambino, rispettandone i tempi e gli spazi di crescita, fino a introdurre le soluzioni tecniche innovative utilizzate nella progettazione».

Luciano Scaramelli, Responsabile Vendite Utility Gruppo Legrand – BTicino in Italia, ha aggiunto che per Papaverino Blu la BTicino ha sviluppato «un sistema di automazione flessibile che consente di impostare e controllare tutti i parametri ambientali utilizzando impianti con interfacce utenti semplici, tenendo conto delle esi-

genze di tutti i fruitori. In particolare, sono stati individuati i seguenti soggetti e le rispettive esigenze: per i committenti, l'investimento e la gestione intelligente; per gli insegnanti, gli strumenti educativi, il controllo e la sicurezza; per il personale di servizio e i gestori, un'efficiente gestione della struttura, il risparmio energetico e l'educazione differenziata; infine, per i genitori e i bambini, la sicurezza, l'ambiente, l'educazione e le attività ludiche. Il progetto si dimostra, quindi, essere il risultato di un approccio a tutto campo, in cui l'impiantistica è stata considerata come parte integrante dell'attività della struttura e delle sue finalità».

Hanno partecipato all'incontro, con opinioni e testimonianze a confronto, Emilio Biffi, Chief Technical Officer PirelliRE, Roberto Busso, Amministratore Delegato ECOMAG, Manfredi Cattella, Amministratore Delegato Hines Italia, Luca Clavarino, Amministratore Delegato Italia Hypo Real Estate Bank International, Celia Fulcher, Head of Development Sonae Sierra, Giuseppe Guzzetti, Presidente Fondazione Cariplo, Oliviero Tronconi, Professore Dipartimento Best Politecnico di Milano, e Giovanni Verga, assessore alla Casa del Comune di Milano.

Giuseppe Guzzetti ha detto che, attraverso l'attività di Housing sociale, Fondazione Cariplo vuole aiutare giovani coppie, anziani, studenti, immigrati e altre persone che oggi non hanno accesso ad abitazioni dignitose. La Fondazione in progetto 800 alloggi a Milano e 90 a Crema. I fondi ci sono: 85 milioni di euro. È un progetto pilota. L'obiettivo è utilizzare il volano del fondo immobiliare etico per agire sul fronte del risanamento delle periferie.

Emilio Biffi ha spiegato che «nell'industria immobiliare italiana sta crescendo l'attenzione al tema della sostenibilità ambientale, accompagnata



Lina Pusateri



Luciano Scaramelli



Paolo Perino

da un'evoluzione normativa relativa alla certificazione energetica degli edifici. In questo contesto, gli operatori devono giocare un ruolo importante per realizzazione luoghi del vivere e dell'abitare che consentano il massimo risparmio energetico. Pirelli RE è già in prima linea con Ecobuilding, il programma integrato per l'edilizia sostenibile che abbiamo iniziato ad applicare nella costruzione sia di case che di uffici. Con alcune soluzioni tecniche già facilmente utilizzabili, ad esempio i cappotti termici, intendiamo realizzare abitazioni che a parità di comfort, o addirittura con migliori condizioni di comfort, consumino meno energia, senza però gravare sui costi di costruzione e senza dover ricorrere a contributi pubblici. Il nostro cliente finale godrà di benefici economici immediati, dando anche un importante contributo alla riduzione nell'atmosfera di emissioni di CO₂.

Roberto Busso ha affermato che «ambiente naturale e ambiente costruito sono solo alcuni degli aspetti che coinvolgono il concetto di sostenibilità. L'approccio parziale del piccolo cambiamento dovrà essere sostituito da un modello complessivo di sviluppo che coinvolga risorse umane, naturali, fisiche, economiche e politiche».

Manfredi Catella ha puntualizzato che «sviluppare progetti di riqualificazione urbana attenti al-

l'ambiente e ai consumi energetici rappresenta un impegno civico ed imprenditoriale. Progettare in modo sostenibile significa rimettere la persona al centro».

Luca Clavarino ha sottolineato che «la Regione Lombardia sta muovendo per ordinare la sfera della certificazione e, come spesso avviene nel nostro Paese, le scelte che verranno fatte a Milano avranno un certo peso nel determinare le regole del gioco ben oltre i confini regionali. La credibilità del sistema si dovrà fondare sulla genuina indipendenza dei tecnici certificatori, pena la vanificazione dell'intento legislativo europeo, ed è a questo aspetto in particolare che i players più importanti nell'ambito della finanza strutturata specializzata nel settore immobiliare stanno guardando con attenzione».

Celia Regina Fulcher ha osservato che «gli operatori del settore devono capire che per essere dei leader nel loro campo è necessario anche primeggiare nelle questioni legate all'impatto ambientale. Questo significa avere come obiettivo primario quello di dare l'esempio nel settore dimostrando come l'integrazione tra l'aspetto economico e quello ambientale all'interno del processo di sviluppo costruttivo possano portare ad un aumento anche in termini di crescita economica. È in questa integrazione che risiede la sostenibilità delle



Celia Regina Fulcher



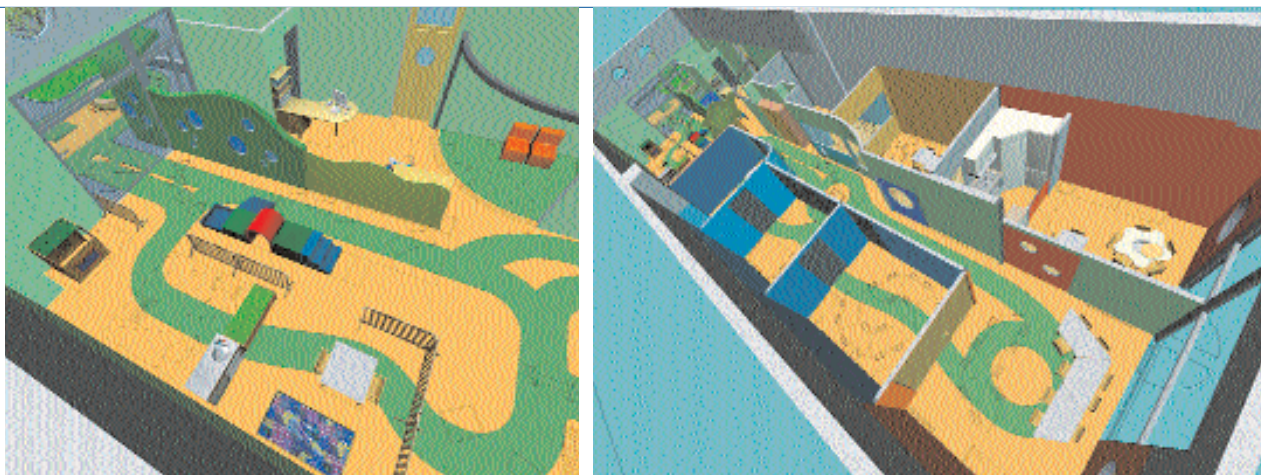
Emilio Biffi



Giuseppe Guzzetti



Gianni Verga



I rendering del "Papaverino Blu"

imprese e in particolare, nel settore del real estate, nella gestione dei rischi in considerazione delle ripercussioni nelle aree sociali, ambientali, di salute e sicurezza come parte dell'intero investimento e, quindi, legato al rendimento finanziario».

Oliviero Tronconi ha sostenuto che «la ricerca e la produzione industriale nel settore energetico e della sostenibilità ambientale offrono la possibilità di disporre di soluzioni tecnologiche estremamente innovative per realizzare edifici residenziali, terziari, pubblici e privati in grado di essere performanti sotto il profilo energetico e ambientale». Tra gli Impianti di produzione dell'energia il Professore ha citato Tecnologie per la produzione di energia da fonti tradizionali (petrolio, gas, combustibili solidi); Tecnologie per la produzione di energia da fonti rinnovabili (irraggiamento solare, eolico, biomasse); Sistemi, tecnologie passive legate alle caratteristiche prestazionali dell'edificio; Tecnologie e criteri per la gestione degli edifici; CIB (Computer Integrated Building), Domotica, BMS (Building Management System); e criteri di gestione degli edifici (Facility Management)

«Decisamente più carente» ha detto Tronconi «appare la capacità degli operatori (investitori, developer, progettisti edili e impiantisti) di utilizzare le potenzialità della tecnologia. È oggi possibile rea-

lizzare edifici energeticamente performanti (classe A) con costi poco superiori a quelli necessari per realizzare edifici di classe energetica decisamente inferiore, ovvero è possibile realizzare edifici con alte prestazioni energetiche e ambientali a costi contenuti. Le scelte devono però avvenire prima del progetto esecutivo, ovvero, nella fase del progetto di fattibilità quando si prefigurano gli obiettivi dell'investimento-sviluppo immobiliare. Oggi il mercato esprime una domanda significativa nella direzione del prodotto edilizio con alte prestazioni energetiche e ambientali».

Gianni Verga ha illustrato alcuni esempi (tre edifici con caratteristiche e funzioni diverse) su cui il Comune voluto intervenire, per dimostrare che anche la PA può operare in senso sostenibile. La sfida più importante, però, Verga spera di averla avviata con il primo programma di valorizzazione del patrimonio immobiliare del Comune di Milano.

Sono intervenuti nel dibattito conclusivo – svoltosi con la tecnica del matchmaking – Nicola Colella, Bovis Lend Lease, Fabio Donato, AXA Reim, Pietro Locatelli, Systema, Antonio Biggi, IKB, Ruben Pescara, Studio Legale Jenny&Partners, e gli architetti Paolo Garretti e Maurice Kanah.

Dell'incontro, BTicino ha predisposto il volume degli Atti.



Roberto Busso



Manfredi Catella



Luca Clavarino



Oliviero Tronconi

ULI: New stadiums a new business

La Community ama ULI-Urban Land Institute. ULI ama gli stadi, che vogliono dire calcio, e quindi il workshop da ULI organizzato il 24 settembre a Milano su “New stadiums a new business” – in collaborazione con varie strutture, tra cui primeggiavano AICI e CNCC; il patronage di innumerevoli entità; e il contributo di

numerosi sponsor – è stato è stato dalla Community seguitissimo.

O non sarà che la Community ama il calcio, che vuol dire stadi, e quindi ama ULI?

Comunque la si voglia leggere, la risposta è la stessa: il Convegno organizzato di ULI è stato seguitissimo.



Un momento dei lavori

Il tema era infatti succoso, e polposo il panel dei Relatori.

E così la bella sala dell'Atahotel Quark, che fa capo al gruppo Ligresti (Immobiliare Lombarda era main sponsor dell'evento, notati tra il pubblico Salvatore e Paolo Ligresti, e anche Antonio Talarico) era affollata di molti nomi famosi che hanno avuto e dimostrato il piacere di condividere, anche con alcuni ospiti stranieri, molti spunti innovativi e importanti: a livello internazionale il "nuovo stadio" è ormai concepito come struttura sicura, polifunzionale, ricreativa per la città e anche in grado di generare profitti.

Recita il Comunicato Stampa predisposto da ULI che «dopo il saluto del Chairman di ULI Italia, Luca De Ambrosis Ortigara, l'apertura dei lavori è affidata a Gianni Verga, assessore alla Casa del Comune di Milano, per poi proseguire con una Ricerca sul tema presentata dall'architetto Stefano Bellintani del Politecnico di Milano. L'avvocato Federico Sutti, Partner dello Studio Legale DLA Piper, parla dell'esperienza americana e della possibilità di finanziamento e realizzazione di Stadi. Il dottor Fernando Salazar, Eurohypo AG, illustra il caso di Allianz Arena, nuova modernissima sede del Bayern Monaco e del Monaco 1860 (69 mila posti, e investimento di 340 milioni di euro, di cui circa 210 sostenuti dalla Città di Monaco unitamente al Governo della Baviera, ndr). L'architetto Andrei Karaiskos Associato HOK – Sport Architecture, parla del design e della costruzione degli Emirates, la spettacolare nuova sede dell'Arsenal a Londra. Mr. Jaime Lopes, Executive President di Chamartin Immobiliare, parla delle opportunità finanziarie legate allo stadio di Dragao, il nuovo stadio di Oporto. Il professor Silvio Maria Brondoni, dell'Università degli Studi di Milano Bicocca, porta l'esperienza olandese con il nuovo stadio Amsterdam Arena» (il progetto, che vanta 52 mila posti ma che con una struttura molto flessibile può dilatarsi a una dimensione molto maggiore, si basa su una logica di lungo periodo, slegata dai risultati della squadra e pensato per tutti i possessori *(la Città di Amsterdam, il Football Club, le "imprese" sponsor fondatrici, i possessori dei certificati di deposito, etc. Il costo dell'Arena è stato pari a 127 milioni di euro, di*



Luca De Ambrosis Ortigara

cui il 26 % a prestito, ndr).

«Il caso italiano è analizzato attraverso diversi interventi e due Tavole Rotonde. L'Amministratore Delegato del CONI Servizi, Ernesto Albanese, porta il punto di vista del proprietario dello stadio con il caso di Coni Servizi e lo stadio Olimpico *(valore stimato 130 milioni di euro, investimenti in migliori 12 milioni, non siamo lontani dall'equilibrio ma la remunerazione è difficile, ndr).* Il tema della sicu-

rezza negli stadi è affrontata dal Senatore Giuseppe Pisanu, membro della 3° commissione Permanente – Affari Esteri, Emigrazione *(il primo obiettivo della "legge Pisanu", seguita dal "decreto Amato" si può forse dire raggiunto, ma non è altrettanto per il secondo, cioè quello di portare o riportare negli stadi le famiglie, bambini compresi, ndr)* e dall'Alto Commissario per la prevenzione e il contrasto della corruzione dottor Achille Serra. *(A Londra vi sono quattro stadi, tutti privati, ha detto Serra. Non si può delegare tutto il problema della sicurezza alle Forze dell'Ordine: ci deve essere il contributo delle squadre, dei giocatori, della Stampa, delle famiglie e anche della scuola. Negli stadi ci volgono ristoranti e Centri Commerciali. Le parole sono privatizzazione, Forze dell'ordine sì ma all'esterno e non all'interno degli stadi, e certezza della pena per i facinorosi, ndr).*

Il Comunicato di ULI informa che «intervengono inoltre Adriano Galliani, Vice Presidente Vicario e Amministratore Delegato di A. C. Milan e Angelomario Moratti, Vice Presidente di F.C. Internazionale per una riflessione sul tema, nell'ottica dell'evoluzione commerciale del calcio; la loro analisi è focalizzata sull'esigenza e sulle necessità dei Club ma soprattutto sui vantaggi in termini economici/finanziari e di immagine che una nuova struttura stadio polifunzionale può generare al Club stesso».

(Un altro stadio, a Milano, è indispensabile: a San Siro la convivenza Milan, Inter e Comune è faticosissima, ha detto Galliani. La classifica dei fatturati è sempre più vicina a quella sportiva. Gli stadi esteri hanno fatturati elevatissimi – Madrid 370 milioni di euro – e possono permettersi grandi acquisti. Se da noi continua così, ha concluso Galliani, l'Italia diverrà un Paese esportatore di ta-



Da sinistra, Adriano Galliani, Luca De Ambrosis e Angelomaria Moratti

lenti, perchè certi ingaggi non ce lo possiamo più permettere. Nessun Derby, però, con Moratti: che era d'accordo su tutto. Se si continua così, ha affermato, occorrerà ridurre le aspettative, ndr)

A questo punto, però, ho dovuto lasciare i lavori e mi affido quindi, per la cronaca, totalmente al Comunicato Stampa, certa che è veritiero: molti signori che avrebbero successivamente preso la parola li ho personalmente salutati, e di alcuni conosciamo l'impegno, e già da tempo, nel settore: «Nicholas Gancikoff, Amministratore Delegato di SIG Group affronta il tema dell'investimento nei nuovi stadi italiani. Le vie e procedure per autorizzare lo sviluppo di uno stadio sono affrontate da Riccardo Delli Santi, Managing Partner di DS&P Studio Legale Associato. A seguire una Tavola Rotonda sullo

stato dell'arte in Italia alla quale partecipano Massimo Roj, Amministratore Delegato Progetto CMR, l'assessore Elio Sannicandro, assessore allo Sport del Comune di Bari, Marco Mutti, Amministratore Delegato di Foruminvest, Mauro Mancini, Amministratore Delegato di Multi Development-C Italy, Piero Atella, Responsabile Team di Investimento di Fin.Opi e Piercarlo Rolando, manager della divisione Investment & Advisory di REAG. Bill Kistler, Presidente di ULI Europe, chiude i lavori.

Se posso esprimere solo un commento alla giornata, direi che – in particolare durante il “Derby non Derby” Galliani / Moratti – nella Sala gremita non volava una mosca.

La Community ama ULI. O non sarà che la Community ama il calcio?

(PGL)

***Le news del mercato immobiliare
tutti i giorni, online, sul sito***



Desidero sottoscrivere un abbonamento per un anno (2008) a:

ECONOMIA IMMOBILIARE, al prezzo di € 100,00

Cognome e nome _____

Società _____

C. F. / P. IVA _____

Indirizzo _____

Telefono _____

Fax _____

E-mail _____

TIMBRO E FIRMA _____

Si allega assegno n° _____ di € 100,00

Banca _____

Intestato a: **by Internews srl**

Da compilare e inviare in busta chiusa a:

by Internews srl - Via Nerino, 5 - 20123 Milano

Per pagamento tramite bonifico bancario:

c/c n° 10101

Banca Popolare Commercio e Industria

Ag. 4, Via Bocchetto, 13 - 20123 Milano

CIN U - ABI 05048 - CAB 01604

Inviare via fax al n. 02.86452597 – o per E-mail a: paola.lunghini@mclink.it

Data _____



Scenari Immobiliari e la Toscana

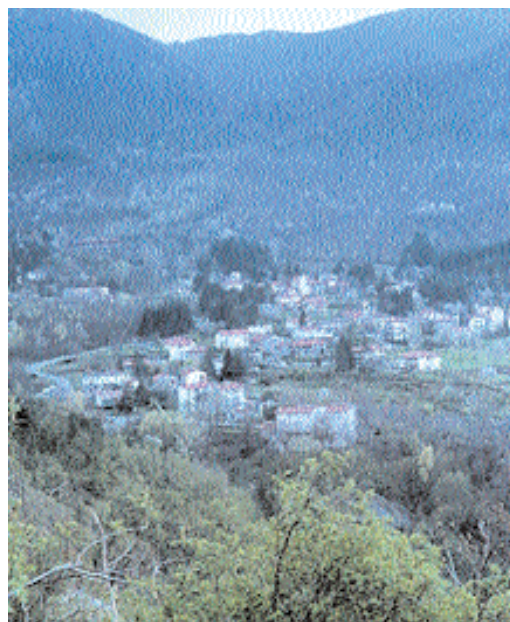
La crisi dei mutui subprime non ha toccato il mercato immobiliare toscano che con un fatturato complessivo di oltre 12,5 miliardi di euro, si conferma tra i più solidi a livello nazionale, ne sono testimonianza i quasi 9,3 miliardi di euro di fatturato; una superficie media di 5,8 milioni di metri quadrati di case compravendute l'1 per cento in più del 2006; un aumento medio dei prezzi vicino al 6 per cento.

Per il quinto anno consecutivo tutti gli indicatori regionali sono stati positivi (ottavo anno se si considera solo il fatturato), però emergono i primi segnali negativi, soprattutto nei riguardi del mercato degli immobili a uso ufficio.

È questo il quadro fotografato dal "Sesto rapporto sul mercato immobiliare della Toscana" pre-

sentato in data 16 ottobre a Firenze, durante un incontro promosso da Scenari Immobiliari e da ANCE Associazione Nazionale Costruttori Edili Toscana.

I lavori sono stati aperti da Roberto Rossi (Presidente ANCE Toscana) ha affermato che «per gli operatori del settore immobiliare, ma anche per le stesse famiglie acquirenti o venditrici di immobili, forti elementi di preoccupazione derivano oltre dalle ben note turbolenze finanziarie, anche dalla politica fiscale governativa. In particolare a partire dalla finanziaria 2007 e ancor prima dal cosiddetto decreto Bersani, è iniziata una azione fortemente punitiva per le compravendite immobiliari a seguito dell'introduzione del cosiddetto "valore normale" ovvero una stima teorica de-



Il sogno di molti: una casa nel borgo

terminata dall'amministrazione finanziaria costituente base imponibile obbligatoria e non contestabile per la tassazione delle vendite immobiliari».

Il Presidente ha dichiarato che contro tale principio (che viola i presupposti di un corretto rapporto tra amministrazione finanziaria e contribuente), ANCE dopo aver richiesto più volte in questi mesi al Governo le opportune modifiche, ha deciso di rivolgersi alla Corte Europea di Giustizia. Si tratta di una volontà indubbiamente drastica, ma ritenuta indispensabile per tutelare la libertà del mercato.

Mario Breglia (Presidente Scenari Immobiliari) ha indicato le previsioni riguardanti l'andamento dei principali mercati della regione.

I dati concernenti il fatturato del mercato residenziale mostrano un incremento del 5 per cento rispetto al 2006. Il mercato degli immobili a uso ufficio sta vivendo nel 2007 il suo quinto anno di stagnazione. Le transazioni effettuate sui "building office" interessano una superficie media di 160 metri quadrati e presentano una flessione dell'1 per cento rispetto all'anno precedente.

Il segmento della seconda casa rappresenta anche per il periodo attuale un'importante componente di ricchezza immobiliare: la domanda appare ancora consistente e l'offerta è invariata. Questo mercato presenta una buona stabilità come testimoniato dai valori immobiliari rimasti invariati nella maggior parte delle località turistiche. Le quotazioni si mantengono da oltre un biennio decisamente elevate rispetto alla media dei principali centri di villeggiatura italiani di pari qualità.

In Toscana la richiesta di seconde case si concentra ancora soprattutto lungo la costa, nei piccoli centri storici dell'entroterra (San Gimignano, Sansepolcro, Fiesole, Greve in Chianti). Gli acquirenti principali sono sia i milanesi che prediligono la costa della Versilia, dove un appartamento arriva a costare fino a 13 mila euro al metro quadrato, sia i romani che preferiscono la zona del grossetano, dove non si superano i 7 mila euro al metro quadrato. Gli stranieri sono ancora attratti dal mercato senese e dalle colline del Chianti.

La domanda residenziale nella regione Toscana è formata dai 78.812 nuclei familiari che sono attualmente alla ricerca di un'abitazione e che presentano una crescita moderata rispetto al precedente anno, precisamente dello 0,5 per cento.

Il Rapporto recita che «se il numero complessivo dei potenziali acquirenti aumenta, non cambia sostanzialmente il peso percentuale dei diversi componenti che caratterizzano la domanda in Toscana. La quota riferita al concetto di "mobilità" resta la fetta dominante, anche se il suo peso percentuale risulta essere leggermente in diminu-



Il sogno di molti: un casale in campagna

zione rispetto lo scorso anno, mantenendo invariato il valore assoluto. Come nel 2006, sono poco meno di 24 mila le famiglie, cioè il 30,6 per cento del totale, alla ricerca una casa perché provenienti da fuori regione o da altre province toscane».

In aumento sono soprattutto gli spostamenti parentali fra le province di

Firenze, Pistoia e Prato, favorite da ottimi collegamenti pubblici e privati, che diminuendo la componente tempo di spostamento, riducono la sensazione di distanza fra i tre capoluoghi.

In lieve calo la domanda di abitazioni da parte dei nuclei familiari maggiormente consolidati, che grazie alla permuta del loro attuale alloggio, cercano di migliorare le proprie condizioni abitative. L'innalzamento dei tassi dei mutui e l'incertezza economica spingono i futuri proprietari ad aspettare periodi più favorevoli per procedere all'acquisto.

In linea di massima le persone interessate a un trasferimento si rivolgono al mercato provinciale, in zone ben servite tramite collegamenti con il capoluogo, dove possono trovare residenze di nuova costruzione, di dimensioni più ampie e dotate di box e spazi verdi privati.

Sostanzialmente rimane stabile il numero di coloro che acquisterebbero provenendo dalla locazione.

Continua a crescere sia la domanda generata dalla disgregazione delle famiglie conseguente alle separazioni coniugali, sia quella legata ai processi di inserimento sociale della popolazione immigrata in via di stabilizzazione e di lenta integrazione.

La percentuale di stranieri che acquista casa è elevata soprattutto nelle province di Firenze e Prato pari rispettivamente al 15 per cento e al 12,6 per cento, e è in forte aumento anche nei territori di Lucca e Arezzo.

Oltre ai Relatori menzionati hanno partecipato: Michele Benvenuti (Nucleo Ricerca Economica Banca d'Italia), Uberto Visconti di Massino (Acquisition & Development Manager ING Real Estate), Vincenzo Nardo (Vicepresidente ANCE Toscana), e Terenzio Cugia di Sant'Orsola (Amministratore Delegato Beni Stabili Gestioni).

AICA e gli alberghi in Italia

Il 28 novembre, a Milano, AICA – Associazione Italiana Catene Alberghiere – ha presentato il Rapporto “Il mercato alberghiero italiano e le Catene Alberghiere di AICA”.

Le trasformazioni economiche e sociali in atto nella società globale stanno modificando in modo radicale e profondo il mercato turistico che attraversa un periodo di profonda ristrutturazione e di adeguamento ai nuovi modelli di organizzazione e di consumo dei prodotti turistici.

Nuovi Paesi e nuovi mercati si stanno affermando dal lato dell’offerta come da quello della domanda. La Cina, nel volgere di una decina d’anni, ha quasi raddoppiato (da 27 a 50 milioni di arrivi all’anno) le dimensioni del proprio inbound turistico, collocandosi al quarto posto della classifica

mondiale, scavalcando l’Italia e insidiando da vicino il terzo posto degli USA.

Negli ultimi undici anni l’Italia ha visto ridursi di circa 2 punti percentuali la propria quota sul mercato mondiale del turismo internazionale in entrata, passando dal 6,8% del 1995 al 4,9% del 2006; cali paralleli sono stati mostrati dalla Francia, dalla Spagna e dagli USA. Insieme ai cambiamenti strutturali, l’industria turistica italiana, unitamente a quella europea, si è inoltre trovata ad affrontare le conseguenze del consistente apprezzamento dell’euro rispetto al dollaro.

Per risultare meno esposta alle allee dei cambi e della congiuntura, l’industria turistica italiana deve puntare ancora di più sulla qualità, l’innovazione, l’aumento dell’efficienza e della dimensio-



La facciata del Park Hyatt, in centro a Milano



Alberghi al mare e in montagna

ne delle strutture ricettive. Gli alberghi italiani sono, infatti, più piccoli di quelli spagnoli e francesi e alla ridotta dimensione si accompagna il loro insufficiente tasso di utilizzo che non arriva in media al 40% contro il 50-60% di Spagna e Francia.

L'aumento della domanda turistica – generato in Italia dalla crescita degli arrivi turistici internazionali (+12,6% 2006 vs 2005) – ha avuto ripercussioni positive sulle Catene Alberghiere associate ad AICA che hanno visto prodursi degli incrementi molto interessanti in termini di occupazione e redditività.

Nel 2006 il TOC delle Catene Alberghiere si è attestato al 64,5% con un incremento del 3,04% rispetto al 2005, il RMCO ha raggiunto i 136,27 euro con un aumento del 3,43%, mentre il RevPar è salito a 87,9 euro, in rialzo del 6,5% rispetto all'anno precedente. Anche per il 2006 il segmento lusso ha fatto da traino, facendo registrare gli aumenti più rilevanti rispetto al 2005: +6,4% per l'occupazione e +9,9% per il RevPar.

Buoni anche i segnali provenienti dall'analisi del "consolidato" dei bilanci 2006 delle aziende AICA; il fatturato netto, salito a oltre 1,6 miliardi di euro, ha registrato un aumento del 5,35% rispetto al 2005. Purtroppo, nonostante la crescita del fatturato, l'aumento del 2,06% dei costi della produzione ha generato un EBIT negativo per oltre 57 milioni di euro, comunque in miglioramento del 40,11% rispetto ai dati 2005.

Il 2006 segna inoltre un peggioramento del saldo dell'area finanziaria del 14,9%. Tale risultato è dovuto alla combinazione della riduzione dei proventi finanziari (-9,56% rispetto al 2005) e all'aumento degli oneri (+6,24%). L'incremento di questi ultimi è stato causato dall'aumento del capitale di terzi che risulta la maggior voce di finanziamento delle aziende AICA.

La negatività del Risultato Operativo è stata comunque compensata dai ricavi straordinari provenienti dalla cessione di numerosi asset immobiliari. Tali voci hanno prodotto un Risultato ante imposte di 65 milioni di euro, quasi decuplicato

rispetto all'esercizio 2005 dove si evidenziava, invece, un risultato negativo per 7,5 milioni di euro.

Anche nel 2006 resta molto pesante l'imposizione fiscale cui sono soggette le Catene Alberghiere AICA. L'esercizio sociale ha registrato in tale anno un volume di imposte pagate di 40,6 milioni di euro (+25,8% rispetto al 2005) che è andato ad erodere più del 50% del risultato ante imposte, portando il risultato d'esercizio a 26,6 milioni di euro.

Per l'anno in corso non sembra purtroppo replicarsi il positivo andamento del 2006; infatti, dopo 4 anni consecutivi di crescita delle performance economico-gestionali delle Catene Alberghiere, il 2007 segna un'inversione di tendenza che dovrebbe portare il TOC al 63,2% (-2,04% rispetto al 2006), il RMCO a 134,85 euro (-1,04%) e il RevPar a 86,33 euro (-1,78%).

Le dinamiche negative che hanno interessato la ricettività alberghiera nel 2007 hanno colpito solo in parte il segmento dei Villaggi turistici. La stagione invernale è stata molto deludente e ha portato una flessione delle presenze del 10% e un decremento della redditività dell'11,2%. La stagione estiva si è allineata a quella 2006 anche grazie ai buoni risultati del mese di luglio che hanno compensato parzialmente le flessioni dei mesi di giugno ed agosto. Sulla scorta di questi risultati prevediamo che il 2007 chiuda, grazie alle positive performance di ottobre dei Villaggi localizzati nella destinazione "mare", con un incremento dell'occupazione dell'1,44%.

In particolare i Villaggi marini dovrebbero registrare un TOL del 71,5%, con un incremento del 4,74% rispetto al 2006, in grado di compensare la flessione dell'occupazione del 23,5% dei Villaggi localizzati nelle zone montane che dovrebbero archiviare il 2007 con un TOL pari al 65,6%.

Per quanto riguarda i ricavi medi, il 2007 dovrebbe chiudersi a 95,83 euro con un lieve incremento (+0,1% rispetto al 2006); nei Villaggi al mare il ricavo medio posto letto occupato si dovrebbe attestare a 94,01 euro (+0,97%), mentre per quelli montani a 107,12 euro (-11,24%).

Sonae Sierra: un'apertura

Berlino, Alexanderplatz. Precisamente tra "Alex", come i berlinesi amano chiamare la loro storica piazza, e Jannowitzbrücke, una stazione metropolitana più a Sud-Est, verso le ambasciate cinese, brasiliana e quella olandese dell'architetto Rem Koolhaas. Nell'area che abbraccia l'arco della ferrovia e della metropolitana sopraelevata, occupata fino alla seconda guerra mondiale dalla sede della centrale di polizia, ma poi dismessa e quindi parzialmente usata come parcheggio, ha aperto i

battenti il 12 settembre 2007 – dopo tre anni di lavori – il nuovo Centro Commerciale "Alexa", di Sonae Serra e del co-investigatore francese Foncière Euris.

Con una superficie di 56 mila metri quadrati (il Mall è di 13 mila), 178 negozi, 17 punti gastronomici e un fitness center, Alexa è – dopo i "Gropius Passagen" a sud-ovest della città – il più grande Centro Commerciale della capitale tedesca.

Sonae Serra e Foncière Euris hanno investito



Il Mall dell'Alexa

pariteticamente un totale di 290 milioni di euro in questo nuovo paradiso dello shopping, il primo costruito a norma ISO 14001, lo standard internazionale in materia di gestione ambientale che prevede l'impiego di tecniche e materiali di costruzione a limitato impatto ambientale. Il grande Centro, a cinque livelli (due sotterranei di parcheggio con 1600 posti auto e tre fuori terra, commerciali), si presenta al visitatore come un parallelepipedo ricurvo ("a banana") di un allegro colore rosa-rosso, che risalta sull'insieme architettonicamente eterogeneo e prevalentemente cupo di Alexanderplatz. La sobria struttura esterna suddivisa in quadrelloni ed arcate cieche è illuminata di sera da alternanti schemi cromatici. Se già l'impatto esterno del "bunker rosa" è sorprendente, ancora più innovativo e senza pari in città si rivela l'aspetto interno del nuovo Mall.

José Quintela, architetto di Sonae Serra, ha indicato come il Centro sia stato progettato considerando le esigenze attuali di una città in espansione e di nuova valenza internazionale, facendo al contempo riferimento al suo passato storico e alla sua tradizione commerciale risalente agli anni Venti. L'impronta in stile Art Déco degli interni introduce una nuova estetica del Centro Commerciale. Ampiezza, leggerezza, sobrietà ed eleganza



Un'immagine del Centro

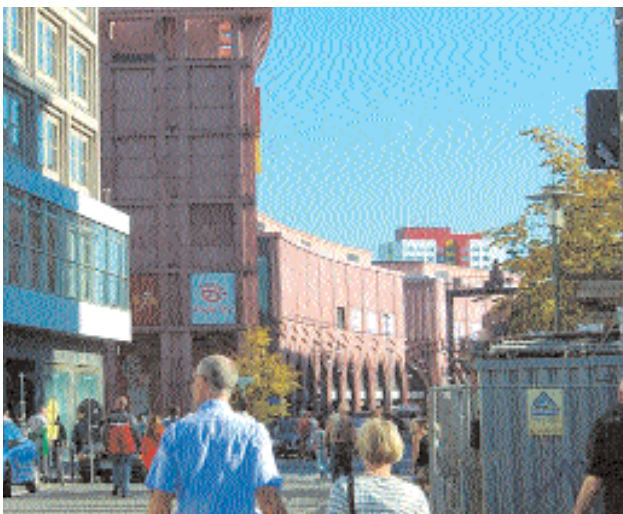
contraddistinguono gli atri e le gallerie. Gli ampi spazi, interrotti da ponti semitrasparenti e piani sfalsati, offrono un insieme dinamico da investigare, percorrere e ammirare nel suo insieme grazie anche ai numerosi "punti panoramici".

La decorazione, basata sul sapiente uso di illuminazione e colori – dal bianco e nero ai vivaci colori dei soffitti affrescati e della spettacolare pavimentazione in calcare conchilifero – non ha bisogno di ricorrere ad oggetti di arredo e ornamentali superflui, concentrandosi invece su

un'attenta cura dei dettagli e dei particolari tematici.

Sia per il fanatico dello shopping che per il curioso, Alexa si rivela una "esperienza nuova", come cita la pubblicità, un connubio di shopping ed entertainment, grazie non solo ai molti caffè e ristoranti, ma anche a un piano tutto dedicato al gioco e alla formazione dei più piccoli (la "Kindercity"), e al divertimento anche dei più grandi, in "Loxx" (dove si possono ammirare vari sistemi ferroviari in miniatura), oltre allo spazio espositivo e di diretta sperimentazione attualmente dedicato alle innovazioni tecnologiche tedesche.

Alexa è dunque un luogo piacevole, luminoso, e aperto. La seconda fase di costruzione prevede, oltre all'erezione di una torre a uso



Immagini del circondario del Centro



Altre immagini del Centro



Il "panorama" circostante



Effetto notte sulla "Alex"

ufficio, anche lo sviluppo sul lato meridionale del complesso di numerose infrastrutture esterne di servizi e ristorazione a ridosso dell'arco della metropolitana. Da Alexa vi si potrà accedere direttamente attraverso una serie di terrazze e scalinate posteriori, ora già punto di sosta prediletto dai fumatori.

Circa la varietà dell'offerta, il 26% dei negozi è affittato a operatori locali; ed è molto, considerando che tutte le catene internazionali sono presenti, come d'obbligo. Nel Centro si trovano. Edeka – Reichelt, Zara, Rossmann, Thalia, Intersport, H&M, ESPRIT, WE Fashion, S.Oliver, e Roland.

Anche se negozi come Mediamarkt, a Zara, H&M e McDonalds già sono già onnipresenti nella città, i visitatori fluiscono continuamente e hanno già "preso possesso" del loro nuovo centralissimo Centro Commerciale, dopo averlo preso d'assalto in cinque mila all'apertura (in seguito principalmente a un audace piano marketing di Mediamarkt). Almeno nove milioni sono i visitatori previsti ogni anno, anche se a regime si ipotizza addirittura un footfall di dodici.

Il Centro Alexa, quale parte del progetto di sviluppo del centro orientale della città, chiude così un'ulteriore lacuna nel piano urbano berlinese, aprendo però ai cittadini e ai loro ospiti un nuovo modo di fare shopping, in un'atmosfera dallo charme mediterraneo, con colore e semplicità, funzionalità e buon gusto. Con Alexa sono stati creati mille nuovi posti di lavoro.

Manuela Frésard
(da Berlino)

CASE DA LEGGERE



Un'analisi del "real estate"
nella letteratura italiana e internazionale

a cura di
Paola G. Lunghini
by *INTERNEWS*

www.internews.biz

Sonae Sierra: un progetto

Come si fa a resistere a un invito che proviene da Sonae Sierra, Società internazionale specializzata in Centri Commerciali e di leisure?

Non si può.

Come si fa a non accettare un invito che proviene dall'amico Pietro Malaspina, che è a capo della Società in Italia?

Non si può.

Come si fa a non cogliere l'opportunità di sapere tutto di uno Shopping Centre (che porta il simpatico nome di un simpatico animale) che sta sorgendo nell'area Ipercoop "a Sud della città di Biella?

Non si può.

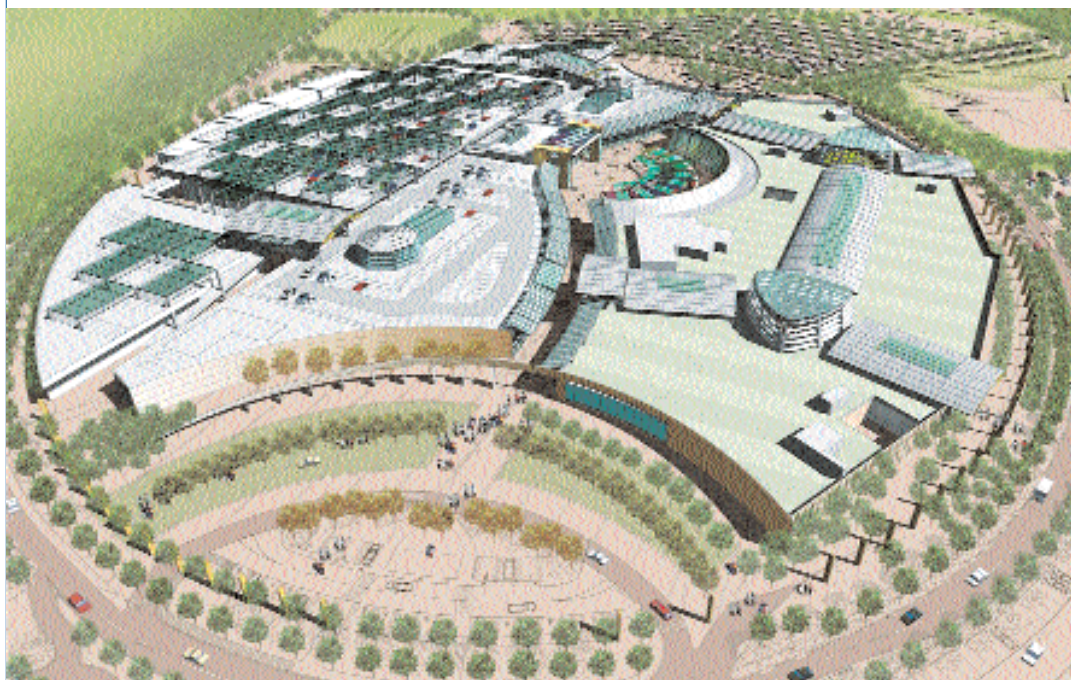
Come si fa a rifiutare l'idea di vedere Biella, se non ci si è mai andati prima (succede, può succedere....)?

Non si può.

Come si fa a non aderire all'invito, se il mezzo prescelto per raggiungere la località è l'elicottero?

Non si può.

E così il 24 ottobre, in una giornata piovosa, nebbiosa, ventosa e fredda, un gruppo di giornalisti della stampa specializzata ha volato (basso, causa nuvole) in elicottero da Milano a Biella – e ritorno – per partecipare alla Conferenza Stampa di presentazione dello Shop-



Rendering del
Centro
Commerciale
"Gli Orsi"

ping Centre "Gli Orsi": che ha avuto luogo nel Teatro Villani, al centro della città piemontese.

Noi non lo sapevamo, ma poco prima dell'inizio della presentazione, Malaspina aveva incontrato personalmente il Sindaco di Biella, Vittorio Barazzotto e l'Assessore all'edilizia privata Dorian Raiser.

In questi giorni, infatti, si era entrati "nel vivo". Abbozzamenti con l'Amministrazione a parte, c'è l'impegno di parlare con la locale associazione dei commercianti, e incontrare i "perspective tenants".

"Gli Orsi", infatti, saranno sul territorio una vera e propria "macchina da guerra", e questo attira ma anche spaventa un po'.

E allora vediamo, questo Centro, che aprirà al pubblico nell'autunno 2008 e che creerà circa 500 nuovi posti di lavoro con un footfall, a regime, valutabile in circa 4 milioni/anno.

Innanzitutto rappresenta un investimento pari a circa 102 milioni di euro per una GLA totale di circa 40.700 metri quadrati, e sarà costituito da due edifici coperti uniti da una piazza pedonale centrale. Il parcheggio avrà 3.300 posti auto.

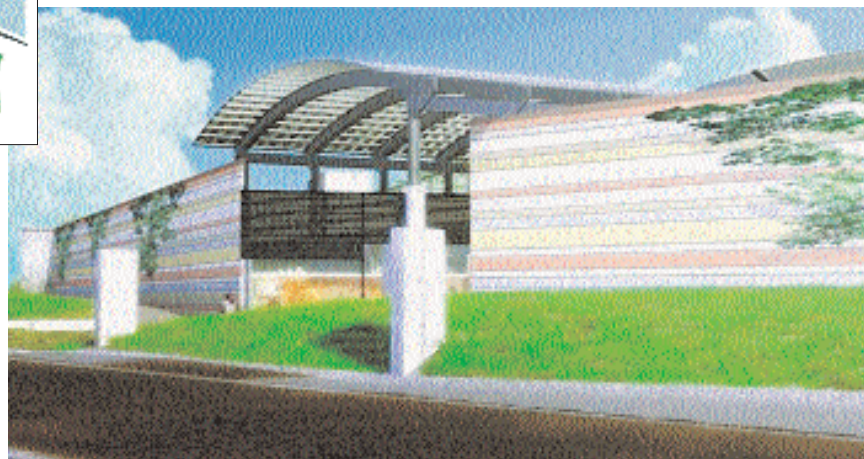
"Gli Orsi" si inserirà nel progetto di creazione di una nuova e più ampia area dedicata al divertimento e al tempo libero che sorgerà su una superficie complessiva di 260 mila metri quadrati e che comprenderà anche uno stadio coperto di pallacanestro da 5 mila posti.

Situato sulla strada Trossi, famoso punto di riferimento commerciale, a circa dieci minuti dal centro storico della città sarà il più grande Centro Commerciale della provincia di Biella per varietà e completezza dell'offerta. Sono infatti previste 119 attività, di cui 19 dedicate

alla ristorazione con un ventaglio completo di proposte gastro-



Altre
illustrazioni
del Centro,
come sarà



Rendering del Centro Commerciale

nomiche italiane ed internazionali, nonché un ipermercato di 13.700 metri quadrati (di cui 7.500 di vendita) posseduto e gestito da NovaCoop.

Ipercoop, Conbipel, Euronics, Banca Sella, Upim e Douglas sono gli importanti marchi che hanno già confermato la loro presenza.

«Il Centro Commerciale porterà una nuova esperienza di shopping e divertimento a Biella, combinando i tre capisaldi dell'offerta di Sonae Sierra: rispetto dell'ambiente, modernità e cura del cliente» ha affermato Pietro Malaspina. «L'offerta commerciale a Biella, già ampia e diversificata, riceverà un nuovo impulso grazie a questo centro, fortemente innovativo, e alla presenza dell'Ipermercato di Novacoop quale ancora alimentare».

Circa i canoni di locazione che verranno richiesti (la Campagna di letting iniziava proprio ieri), i Manager di Sonae Sierra non si sono sbilanciati: dipenderà dalla merceologia, dalla posizione all'interno del Centro, dalle superfici, etc. Ma pare che per le location più importanti si possano superare i 500 euro a metro quadrato/anno.

Il nome del Centro si rifà allo stemma araldi-



Due rendering del Centro Commerciale "Gli Orsi"

co della città raffigurante un orso e una pianta di faggio. L'Orso, oltre a simboleggiare le virtù dei biellesi (forza, coraggio, nobiltà d'animo), è un richiamo all'ecocompatibilità. Sin dalle prime fasi della costruzione, infatti, verrà implementato l'Environmental Management System (EMS) finalizzato ad apportare continui miglioramenti ambientali al proprio modello di business. In questo, come si sa, Sonae Sierra vanta una leadership assoluta: è l'unica società del settore ad avere un sistema di gestione ambientale certificato a livello internazionale ISO Standard 14001. La certificazione, emessa da Loyd's Register Quality Association (LRQA), è il risultato dell'implementazione delle best practice ambientali nel corso della fase di costruzione dei Centri, finalizzate a minimizzare l'impatto ambientale e a promuovere un miglioramento costante delle performance in quest'area, in linea con la politica di corporate responsibility.

Il project management del Centro, oltre che dall'interno, è effettuato da Bovis Land Lease.

All'incontro-stampa sono intervenuti diversi altri manager di Sonae Sierra, a livello internazionale, e José Quintela, responsabile "Conceptual Development & Architecture".

Sempre nella giornata del 24 ottobre Sonae Sierra ha diffuso la notizia dell'inaugurazione dello Shopping and leisure Centre "El Rosal" di Ponferrada, nella provincia del León: un development da 111 milioni di euro, quasi 50 mila metri quadrati, 147 negozi, condotto insieme a Mall Group (che detiene il 30%). Oltre a numerose insegne internazionali, quali Zara, Beshka, Pull & Bear, Oysho, C&A, Stradivarius, Massimo Dutti, Promod, Cortefiel, Women's Secret, Springfield e H&M, il Centro ospita 17 restaurants e sette cinema. Elevato (ben 33) il numero degli shop affittati a entrepreneur locali».

***Le news del mercato immobiliare
tutti i giorni, online, sul sito***



by *INTERNEWS* SRL

**SCHEMA DI ACQUISTO
"CASE DA LEGGERE"**

(da compilare e inviare via fax allo 02.86452597)

Desidero:

- Acquistare il libro "Case da leggere" Euro 24,00/cad.
(indicare il numero di copie che si desidera ricevere)

1 2 3 4 5

Nome..... Cognome

Società

Indirizzo

Cap Città.....

P.I./C.F.

Telefono..... Fax

E mail

Data Firma.....

Contestualmente all'invio di questo fax provvedo al pagamento di Euro

- con assegno bancario intestato alla Società by Internews srl
- con bonifico bancario sul c/c n° 10101 intestato a by Internews srl
Banca Popolare Commercio e Industria - Ag. 4, Via Borchetto, 13 - 20123 Milano
CIN U - ABI 05048 - CAB 01604
inviare via fax al n. 02.86452597

A pagamento avvenuto sarà emessa fattura quietanzata. Indicare, se diversi dal succitato, i dati relativi alla società a cui emettere fattura.

Il libro sarà inviato a pagamento avvenuto, tramite spedizione postale a carico di by Internews srl

I dati sono trattati ai sensi della L. 675/96 sulla tutela della privacy



Arte al ‘Maciachini Center’



Il Business Center e l'area circostante

Grande festa la sera del 3 ottobre a Milano, presso il “Maciachini Centre”, in via Crespi, 19, per l'inaugurazione della scultura “Les Pinces à Lingue” dell'artista Alberto de Braud: che è stata installata nella Lobby nell'edificio cosiddetto “Mac 2-3” del Business Centre realizzato da Europa Risorse.

Si tratta di un'opera imponente, “lunga” (o dovremmo dire “alta”?) ben 17 metri, in acciaio, le-

gno e idropol studiata su misura per lo spazio centrale della Hall di quattro piani dell'edificio. L'arte contemporanea è sicuramente una delle discipline verso le quali Europa Risorse ha dedicato particolare attenzione. «Noi crediamo che la professione del developer non sia legata esclusivamente alle pur numerose e varie attività proprie del Real Estate; ma che per la sua natura di “direttore d'orchestra”, nella strategia di riqualificazione e di rinnovo di un pezzo di città picco-

lo o grande, il developer possa contribuire alla crescita culturale e sociale di una città, non sostituendosi certo alle organizzazioni preposte bensì lavorando insieme con loro o sostenendo la produzione di opere d'arte e organizzando eventi dedicati alla formazione, alla ricerca e alla cultura in genere» ha dichiarato Antonio Napoleone, Presidente e AD di Europa Risorse. L'arte contemporanea entra così anche in Maciachini, dopo essere stata introdotta – sempre a Milano – nel “Bodio Center” con la scultura di Mauro Staccioli; nella sede de L'Oréal, in Via Primaticcio, con una collezione di quadri di artisti italiani e stranieri; e ancora negli uffici della stessa Europa Risorse, dove sono accolte opere sia scultoree che pittoriche di artisti per la maggioranza viventi.

Quello che interessa ad Alberto de Braud in “Les Pinces à Linge” è la “reinvenzione dell'oggetto, colto nella sua stupefatta enigmatica, nel suo respiro vitale che lo moltiplica in un ritmo infinito. La quotidianità dei riferimenti, allora, si allontana e quello che rimane è un gioco di costruzioni ininterrotto, in cui i significati prevedibili si attenuano, si capovolgono, scompaiono. Di conseguenza gli elementi che compongono l'opera si sganciano completamente dalla loro identità funzionale e diventano pretesti per la



L'inserimento della scultura al “Maciachini Center”

messa in scena di una aerea danza di forme, che evocano sensazioni di fragilità e leggerezza”.

Oltre alla scultura “Les Pinces à Linge” l'artista ha presentato al Maciachini Center una selezione di lavori dislocati sui quattro piani del building, che “vogliono dialogare con l'opera principale a ogni livello dell'edificio e condurre lo spettatore in un viaggio metaforico tra la natura e la condizione umana. In questo

contesto le opere assumono una dimensione compositiva libera ed errante nello spazio, e una sperimentazione tecnica che non ha mai carattere gratuito ma che cerca nella leggerezza e nell'equilibrio il suo stato d'essere”.

Alberto de Braud è natp a Milano nel 1959. Laureatosi presso la R.I.S.D., Providence, Rhode Island, USA. , ha trascorso un lungo soggiorno a New York e successivamente a Parigi, esponendo le sue opere in numerose gallerie e fiere d'arte. Rientrato in Italia nel 1997 ha scelto di risiedere nuovamente a Milano. Attualmente è impegnato con la creazione di diverse commissioni private e pubbliche sia in Italia che Spagna, Svizzera e Francia.

Europa Risorse è una JV fra Doughty Hanson &



I particolari della nuova scultura



Antonio Napoleone, e a sinistra il "Mac 2-3"

Co Real Estate, uno dei maggiori Fondi europei, e BPD Property Development Srl, società di sviluppo immobiliare nel Nord d'Italia. Con quattro unità operative (Evaluation, Development, Corporate e Asset) la Società ha realizzato a Milano la sede de L'Oréal Italia, il "Bodio Center", "Orti Antichi" e "Maciachini". Sono stati avviati anche nuovi progetti in Umbria, a Roma e a Brescia.

Maciachini è uno sviluppo sull'ex area Carlo Erba (tra le vie Imbonati, Bracco, Crespi e Bovio) in una posizione di collegamento fra il piazzale Maciachini, comprensivo dell'omonima stazione metropolitana, e il Parco Nord, la più grande area verde della capitale lombarda. Il Business Park (che si estenderà su di un' area di 83 mila metri quadrati) è già completato per circa 27 mila metri quadrati.

Questa Prima Fase, totalmente locata a prestigiose società multinazionali, è stata progettata dall'architetto Maurice Kanah.

Altri edifici a uso ufficio, per un totale di 31 mila metri quadrati (nella parte tra via Imbonati e via Bracco) sono stati progettati dallo Studio tedesco Sauerbruch & Hutton. Infine un imponente edificio di oltre 29 mila metri quadrati, disegnato dall'architetto Alessandro Scandurra, diventerà la sede del Gruppo assicurativo Zurich Italia. La parte dedicata a retail e quella a uso pubblico (il Teatro-Museo) sono state progettate da Italo Rota. Il corridoio verde che scorre parallelo alla strada interna, aperta per unire le vie Imbonati e Crespi, sarà dedicato alla ristorazione ed è un progetto dell'architetto Paolo Pasquini.



Immagine del centro degli edifici

“Park Anagni” di ProLogis

Il “Prologis Park Anagni” è il nuovo parco logistico situato nell’area industriale di Anagni, in provincia di Frosinone.

Lo sviluppo è formato da un singolo immobile logistico per una superficie complessiva di 31 mila metri quadrati ubicato in un’area recintata di 70 mila metri quadrati. Il fabbricato è composto di tre moduli da 10 mila metri quadrati, ciascuno con doppio fronte ribalte. Ogni unità è indipendente con propri uffici, parcheggi, locali carica batterie e rampa di accesso per mezzi pesanti.

ProLogis, principale proprietario, gestore e costruttore di strutture per la distribuzione al mondo, dispone di oltre 41 milioni di metri quadrati di spazi a uso industriale, in 105 mercati nel Nord America, in Asia e in Europa.

Tra i clienti di ProLogis vi sono produttori, rivenditori, trasportatori, fornitori di logistica per conto terzi e altre imprese con esigenze di distribuzione su vasta scala.

La Società, che ha sede a Denver, in Colorado (USA), fa parte del “Fortune 1000” e del listino “S&P 500”.



Un'immagine del complesso

Il “Palais Liegi” a Roma

Se negli ultimi due anni vi è capitato di passare da Viale Liegi, a Roma (strada che costituisce l'ossatura stradale del quartiere Parioli) la vostra attenzione sarà stata attratta da un grosso cantiere brulicante di uomini e mezzi, posto quasi all'incrocio con piazza Ungheria. Fra traffico e frastuono (per non parlar della polvere...) si stava trasformando un complesso a uffici, risalente agli anni settanta, in una doppia palazzina a prevalente destinazione residenziale: il “Palais Liegi”.

Il “colpevole” di tutto ciò era – ed è – l'imprenditore immobiliare romano Enrico Antonelli, notissimo per la PR.IM, società di cui è Presidente e AD. Senza badare a spese, Antonelli si era messo in mente di dotare i Parioli di un nuo-

vo “building – gioiello”. Da vendere, of course, a caro prezzo.

La zona si arricchirà presto di un nuovo traffico: quello dei traslocatori. Il primo dei due edifici (il “Grand Palais”) sta infatti per essere finito e consegnato, e i primi acquirenti si trasferiranno negli appartamenti da essi acquistati a partire già dall'inizio d'anno.

A Roma, come spiega Antonelli, via Liegi è una location ottimamente servita e di grande pregio. Il palazzo (che contiene 34 appartamenti di vario taglio per una superficie complessiva di oltre 2.700 metri quadrati, cui si aggiungono una quota di uffici al primo piano, una importante superficie commerciale al



Il “Palais Liegi”, in un rendering



Gli interni del Palais Liegi, in rendering



piano strada, e l'area interrata dei box) è stato rinnovato utilizzando i migliori materiali e le più moderne tecnologie.

Domotica. Serramenti di design. Finiture da esibire, anche se l'impronta è di tipo "minimalista", bianco-grigio-nero, perché così vuole la moda e di conseguenza la domanda.

Terrazza quasi per tutti gli appartamenti, particolarmente spaziosa per gli attici del quinto piano.

Logico che gli appartamenti siano cari, sorride Antonelli, nello snocciolare prezzi che a seconda della superficie e dell'ubicazione, si collocano intorno ai 10-12 mila euro al metro quadrato. Per rimanere proprio sul minimo, perché per gli attici le cifre sono sensibilmente diverse.

I primi acquirenti, però, per qualche mese ancora dovranno fare i conti con il disagio del cantiere: entro l'estate è prevista infatti la consegna del secondo edificio, il "Petit Palais": 27 unità di varia pezzatura, per complessivi 2.600 metri quadrati, oltre ai box e una quota di uffici al piano terreno.

Anche qui, of course, domotica, finiture da esibire, e terrazze. L'affaccio sarà sul cortile-giardino, e i prezzi... ut supra, anche se la domanda sta conoscendo – come ormai si sa – una fase di rallentamento.

Antonelli, però, non se ne cura più di tanto: viale Liegi è una location di pregio, ribadisce, e gli appartamenti (i più piccoli sono di una cinquantina di metri quadrati) sono di grandissima qualità e costituiscono l'unica offerta di "nuovo" della zona.

Si venderà tutto, e bene, come è sempre successo alle sue operazioni immobiliari.

In effetti, la storia professionale di Enrico Antonelli (ingegnere civile cum laude, classe 1954) è fatta di passione e senso degli affari. Ereditata l'azienda dal padre Fernando (scomparso prematuramente), ancora giovanissimo ha saputo trasformare PR.IM dall'originaria attività di

costruzioni in una realtà di promozione e servizi legati alla proprietà immobiliare.

Il Gruppo è oggi uno dei principali operatori integrati (consulenza, intermediazione, trading e asset management, property, facility e building management, attività alberghiera con la costruzione e la gestione diretta) della Capitale, e persegue la sua missione ambiziosa.

Ulteriori iniziative sono state rivolte all'estero, con particolare riguardo alla Repubblica Ceca, con la finalità di avviare operazioni di trading immobiliare.



Enrico Antonelli



Un'altra realizzazione del Gruppo a Roma

“Bari Uno”: autosufficienza energetica

Bari Uno: autosufficienza energetica, ha firmato un innovativo progetto sul fronte della sostenibilità ambientale.

Sono stati infatti avviati a Bari i lavori per la costruzione di “Bari Uno”, il primo Parco Commerciale italiano totalmente autonomo sul fronte idrico ed energetico. Il complesso si deve a Inserco, società immobiliare friulana fondata nel 1995 da Arrigo Osso.

Il Parco commerciale Bari Uno è situato tra il centro cittadino e il quartiere San Paolo, su una superficie di 27 mila metri quadri di cui 9 mila edifici che verranno affittati a medie strutture commerciali. Il progetto sorge su un'area precedentemente occupata dalla lavorazione di prodotti pe-

triferi Shell. Il sito viene ora riqualificato rispettando la filosofia Inserco; il progetto ha infatti riservato una particolare attenzione alla logistica e alle aree verdi, ampie e piantumate con essenze tipiche del luogo.

L'immobile è stato venduto ad agosto 2007, con contratto preliminare, a BNL Fondi Immobiliari. La consegna, con la conseguente apertura degli spazi vendita, è prevista per settembre 2008. Il complesso ha valore di 16 milioni di Euro, ai quali si aggiunge, per la realizzazione degli impianti energetici e idrici, un investimento di 2 milioni e mezzo di Euro da parte di Inergia, società controllata al 100% da Inserco.

Con 8 mila metri quadrati di pannelli fotovoltaici



L'esterno del complesso

l'impianto ha una capacità produttiva di 500 Kw/ora, in grado di rispondere integralmente alle esigenze della superficie vendita e delle superfici scoperte. Allo stesso modo, l'irrigazione delle aree verdi, dei parcheggi e l'uso industriale dell'acqua non andranno a incidere sulla rete comunale grazie a un sistema di vasche di raccolta per le acque piovane e a un pozzo artesiano di ampia portata. Arrigo Osso ha già annunciato che tutti i futuri progetti dell'azienda immobiliare friulana saranno caratterizzati dall'autosufficienza idrica e energetica.

INSERCO: PROFILO DELLA SOCIETÀ

Inserco è specializzata nell'acquisto e nella riqualificazione di aree urbane, che trasforma in spazi direzionali, sedi alberghiere e parchi commerciali.

I progetti Inserco prevedono la consegna di lavori chiavi in mano; la società di Martignacco segue tutto il progetto: individua il sito, lo acquista, progetta l'intervento, ne appalta i lavori a ditte locali, controlla tempistiche, qualità e organizzazione del cantiere, sviluppa la commercializzazione mediante la locazione degli spazi in costruzione, destina l'investimento all'ammortamento aziendale o vende il prodotto immobiliare/finanziario a investitori istituzionali o privati.

Numerose realizzazioni Inserco sono state acquistate come investimenti a lungo termine da fondi quali Pioneer Investment, BNL, Polis Sgr e sono caratterizzate dalla presenza di affittuari leader in Italia come Carrefour, Pam, Billa, Penny Market, Conad, Di Meglio, Bernardi, Bata, Schleker, Telecom, Bricofer, Unieuro, Acqua e Sapone, Despar, Todis.

Vanno segnalati inoltre i progetti e le realizzazioni per Leroy Merlin, Castorama, Obi, Brico Center, Mercatoneuno, Mondoconvenienza, Virgin Active, Euronics, Eurospin, Zara, Trony, Coop, Di Più, ATU, Bailo, Combipel, Cisalfa, Viridea, Scarpe&Scarpe, Limoni, Holiday Inn, Autogrill, Carlsberg.

ALCUNI PROGETTI

Terni. Parco commerciale sulla via Flaminia venduto nel 2007 al fondo Pioneer Investment. Il Centro, costituito da 5 mila metri quadrati edificati e 10 mila scoperti, organizzati armonicamente in posteggi e aree verdi, recupera un'ex ditta di tabacchi di inizio secolo, valorizzando gli elementi originari della struttura. Valore dell'immobile: 9 Milioni di euro.

La Spezia. Parco Commerciale Le Fornaci sviluppato sulla struttura di un'ex fornace dismessa, per una superficie di 42 mila metri quadrati di cui 16 mila dedicati agli spazi vendita. Il progetto, di prossima

consegna, ha un valore di 45 milioni di Euro.

Trieste. Palazzo Telecom, centro direzionale della compagnia telefonica, l'immobile è situato nel centro storico di Trieste e si sviluppa su sette piani. L'immobile affittato totalmente a Telecom, nel 2007 è stato venduto a Polis Fondi SGR p.A. per un valore di circa 15 Milioni di Euro.

Trieste. Ristorante Antica Ghiacceretta, locale storico della ristorazione triestina, riportato, dopo il restauro, a un ruolo di primaria importanza e attualmente affittato ad una azienda leader della ristorazione triestina.

Martignacco (Ud). Ex Scuole Elementari ora Palazzo Inserco. Recupero architettonico del vecchio palazzo delle scuole riconvertito in spazio direzionale per ospitare la sede aziendale. Le superfici del piano terra sono affittate ad attività professionali e bancarie.

Gorizia. Parco Commerciale di Viale Trieste. È un complesso di circa 2.500 metri quadrati coperti costruito su un'area scoperta di 10 mila metri quadrati, completamente affittato a Bernardi.

INSERCO E LA CULTURA

L'attenzione al tessuto sociale e alle diverse esigenze ambientali, economiche e urbanistiche di ogni singolo territorio si evidenzia, inoltre, nell'impegno costante dell'azienda per la promozione della cultura e per la valorizzazione dei giovani talenti. A questo scopo, Inserco propone incontri tematici per favorire il dibattito e l'approfondimento su temi di stretta attualità in campo culturale e offre al territorio iniziative ad alto contenuto artistico. Nell'estate 2007, ha organizzato e sponsorizzato Inserco, semplicemente a regola d'arte, una serie di appuntamenti che ha animato la provincia di Udine con proiezioni, letture drammatiche, spettacoli musicali e reading. Tra questi, da ricordare l'affollata presentazione di Cara Creatura, l'ultimo libro di Pino Roveredo, scrittore e giornalista triestino vincitore del prestigioso Premio Campiello 2005 e Musica per il cinema, l'excursus sui film muti anni Venti musicato da Remo Anzovino, tra i più apprezzati compositori contemporanei e più volte in testa alle classifiche jazz italiane.

In piena sintonia con la propria mission, fondata sull'incontro tra alta competenza professionale in campo progettuale e architettonico, profondo interesse per la cultura e attenzione per la società, Inserco ha lanciato l'iniziativa Cantieri d'autore, inaugurata nel 2007 a Grado (Gorizia) proprio da Pino Roveredo, che ha personalizzato con una sua poesia inedita scritta per l'occasione il pannello esposto all'esterno del cantiere Acquamarina. Tutti i nuovi progetti allestiti dalla società friulana verranno ora personalizzati da scrittori e artisti in una serie di opere d'arte che toccheranno tutta la penisola.

Inaugurato il “Gran Sasso”

Il Centro Commerciale “Gran Sasso Gran Shopping”, promosso da Foruminvest, ha aperto i battenti a Teramo il 22 novembre, con una grandissima festa. È così che ha soddisfatto anche le aspettative dei più increduli, che quattordici mesi fa, quando è stata posta la prima pietra, non ritenevano possibile un risultato di tale portata: costruire in poco più di un anno Stadio comunale e Centro Commerciale.

Una corsa contro il tempo, combattuta giorno dopo giorno, per portare a termine i lavori.

“Abbiamo speso il massimo delle nostre energie per concludere, nei tempi previsti, questa opera” ha affermato Marco Mutti, Amministratore Delegato di Foruminvest Italia, la società di investimento immobiliare responsabile della realizzazione del Gran Sasso Gran Shopping. “Negli ul-

timi tempi circa 2800 persone hanno lavorato ininterrottamente. Ora siamo tutti soddisfatti e orgogliosi di essere arrivati in fondo secondo programma. Si è trattato, infatti, di un grande e complesso lavoro, risultato dell’impegno, della dedizione e dell’ingegno di tutti quanti vi hanno collaborato”.

Alla prima prova, folla di “gente comune” e personalità note. Primi fra tutti il vescovo di Teramo-Atri, Monsignor Seccia, che ha impartito la benedizione, il sindaco di Teramo Gianni Chiodi, il Presidente della Provincia Ernino D’Agostino e il responsabile di Foruminvest Group Olanda, David Ermia, tutti chiamati a parlare in Piazza Corno Grande, all’interno del centro. “Una grande opera”, ha ribadito Gianni Chiodi, “imponente e significativa per la città di Teramo,



La Festa per l’inaugurazione del Centro



Luci...

di cui esprime la voglia di riscatto e di novità. Un'opportunità di crescita – visto che qui lavoreranno oltre mille persone – ma anche un importante tassello di quella strategia di sviluppo che stiamo perseguendo come amministrazione comunale. Finalmente la nostra città ha abbandonato la retorica del declino, portata avanti già troppo a lungo”.

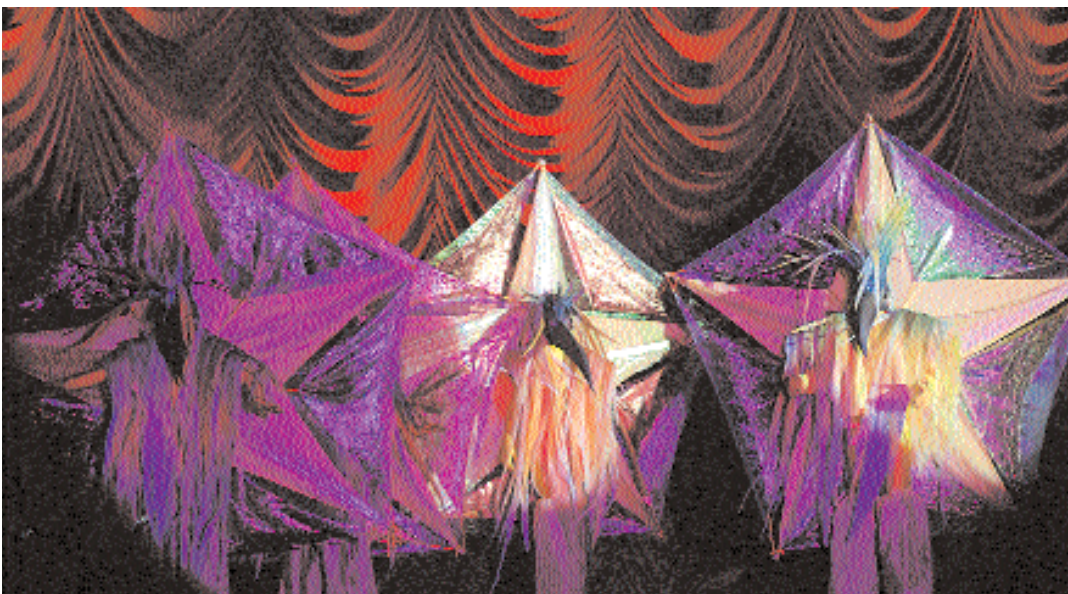
Dentro e fuori dal Centro, migliaia di persone e un'ininterrotta fila di macchine in attesa di parcheggiare (circa 36 mila visitatori).

Accolti i VIP con un cocktail di benvenuto offerto da Foruminvest, alle 18.30 si è aperta la notte bianca teramana, che ha alternato musica dal vivo, laser show, fuochi d'artificio, numeri d'acrobazia e break dance, ripetuti più volte nell'arco della sera-

ta. Al Gran Sasso Gran Shopping un fiume di clienti e di curiosi, accolti da un sorprendente show ideato dai creatori del famoso “Circ du soleil”, e ospitati nel Centro fino a tarda notte.

Presentate nel corso della festa anche le squadre di basket e di calcio teramane. Leonardo Rossi, allenatore di Teramo Calcio, ha ricordato entusiasta il ruolo nevralgico espresso dallo Stadio, che ospiterà spettacoli di vario genere ed eventi sportivi. E, lungo le gallerie del centro, pannelli fotografici dedicati alle bellezze artistiche e naturali di Teramo e dintorni, oltre agli originali disegni degli studenti del Liceo artistico di Teramo.

Nei primi tre giorni di apertura (secondo la nota diffusa dalla Società), sono stati registrati 160 mila visitatori.



...e animazione, all'inaugurazione del Centro

Meravigliarsi a “CIMA”

Nel mese di ottobre 2007, Lissette Calderon, fondatrice e AD della società NEO, ha presentato – nel corso di un ricevimento in un noto albergo milanese – la sua ultima creatura: che si chiama “CIMA”, ed è un progetto residenziale molto imponente e prezioso che sorgerà a Miami, Florida.

Fin qui, nulla di particolare: Miami pullula di torri residenziali più o meno lussuose. E la circostanza che a capo di una struttura di development vi sia una donna non fa certo, negli USA, notizia. E, anche qui da noi, le signore a capo di società immobiliare sono in rapidissima crescita.

La particolarità di CIMA, e perché Economia Immobiliare le da spazio, è presto detta.

La presentazione ha avuto il “patronage” del Servizio Commerciale del Consolato Americano di Milano (nella persona del Console Commerciale Rick de Lambert), e ciò non succede spesso. Poi, per dar vita all’iniziativa, il developer si è alleato con l’interprete latin pop Ricardo Montaner: un cantante talmente famoso che, per incidere le sue hit, si fa accompagnare addirittura dalla London Symphony Orchestra.

Infine, Lissette è – come si può notare anche



Lo skyline di Miami, con la torre “CIMA” inserita (a sinistra)



Il rendering della piscina, al top floor

dalla fotografia assolutamente veritiera alla pagina seguente – poco più che una ragazzina.

CHI È NEO

NEO is a Miami-based real estate developer that spearheaded the rejuvenation of the Miami River, one of the fastest growing residential areas of South Florida.

NEO has sold and delivered more residences than any other developers on the Miami River and is committed to creating propriety developments that offer unique floor plans in luxurious buildings in dynamic locations.

IL PROGETTO "CIMA"

The residential developer NEO has partnered with one of the music industry's most esteemed Latin-American performers, Ricardo Montaner, to develop "CIMA", its latest trend-defining condominium. CIMA will be situated on the premier riverfront location of downtown Miami's only private residential enclave, a 13.5-acre urban oasis that will feature cafés, sanctuaries, reflective pools and outdoor playgrounds. CIMA will also include Riverclub®, a 53,000-square-foot entertainment area of unique indoor/outdoor amenities, which will sit nearly 100 feet in the sky and provide stunning views of the city. Designed by world-renowned architect Luis Revuelta, CIMA will rise 52 stories and include 507 one-, two- and three-bedroom residences, ranging from 930 to 1,803 square feet. Residences will feature floor-to-ceiling windows, Poggenpohl kitchen cabinetry, natural stone countertops and Miele appliances, as well as walk-in closets, multi-functional media

rooms and Wi-Fi technology. One-of-a-kind elements such as ExoRooms™, expansive balconies specifically designed to function as outdoor living rooms, will pair with 18-foot ceilings to showcase unobstructed panoramic views of the Miami River, Biscayne Bay, Downtown Miami, Miami Beach, Brickell Vil-



Il progetto "CIMA"



Uno degli atri del complesso

lage and Key Biscayne. Priced from approximately \$ 330,000 to \$ 900,000, the homes will be ready for occupancy mid 2010.

“NEO’s developments have reunited the people of Miami and the world with the city’s urban core,” said Lissette Calderon, CEO of NEO. “CIMA will provide the most luxurious and exclusive living experience on the Miami River with services and amenities unlike any seen before in the city”.

Bonet & Associates International, led by Conrad Bonet, designed CIMA’s interior and common spaces. Rich materials such as Swarovski crystal chandeliers and curtains, textured fabrics and mother of pearl accents will create an elegant feel in the grand lobby. A 20-foot waterfall will serve as a soothing focal point and flowing “water floors” covered in glass will create the unique illusion of walking on water.

Fine art and sculptural elements will also accent the lobby’s lavish design.

NEO’s recent projects include: NEO Lofts, which introduced the concept of loft-style living to Miami; NEO Vertika, located in Brickell Village; and Wind, also in River Front.

CHI È LISSETTE CALDERON

Lissette Calderon, CEO of Miami-based luxury real estate firm NEO, broke ground on her first solo high-rise condominium at the age of 28, transforming a neglected warehouse on the Miami River into unique Manhattan-style lofts with a Miami flair.

Despite initial doubts from the local business community, the project spearheaded the Miami River Renaissance by bringing the first residents to the Miami River in a decade and turning the riverfront into one of the fastest growing areas for residential development in South Florida.

A first generation Cuban-American and the first in her family to earn a college degree, Lissette Calderon graduated Cum Laude from the Wharton School of Business at the University of Pennsylvania and was named by her peers as one of the most outstanding women in her class.

Lissette Calderon began her career as an analyst at an investment banking firm in New York but soon moved to Miami to pursue her passion in real estate development. She worked with some of Florida’s top real estate companies and focused on urban redevelopment,



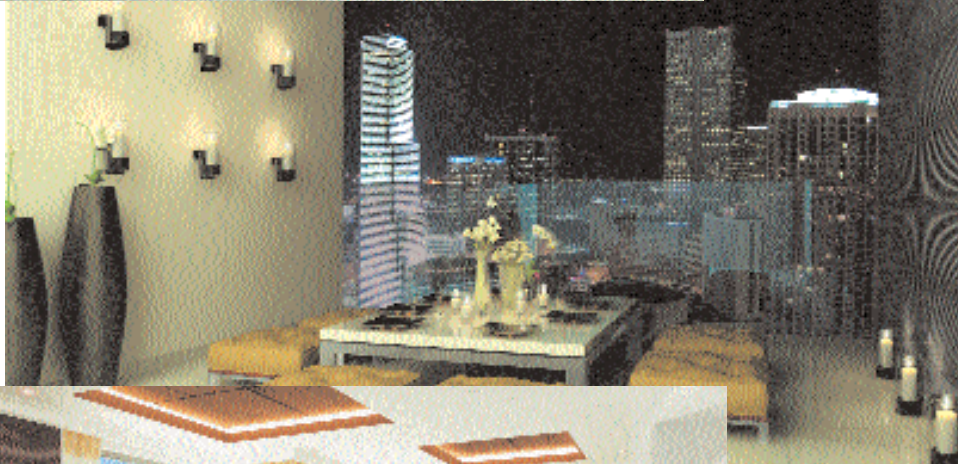
A sinistra, Ricardo Montaner; a destra Lissette Calderon

recognizing an unmet need for quality affordable luxury housing within South Florida's urban core. In 1999, Calderon founded NEO, aspiring to bring residential products to the market that radically differentiated the firm from its competitors.

As CEO of NEO, Lissette Calderon is responsible for the strategic vision and direction of the company and manages all aspects of the organization including acquisition, development, construction, accounting, marketing and interior design. Lissette Calderon has led NEO in developing residences that promote an all-encompassing lifestyle and allow residents to enjoy the convenience of living, working and playing in a community environment. She is known for defying traditional thinking

and defining future trends in her developments.

This year Lissette Calderon was named Entrepreneur of the Year at South Florida Business Journal's ninth annual Business Woman of the Year Awards. Last year she was also personally awarded the March of Dimes' Building Our Community Award for the real estate and construction category. NEO's recent corporate accolades include this year's Greater Miami Chamber of Commerce Top 100 Award for Outstanding Minority Business of the Year in the small business category and the Chamber's Top 100 Award for Innovation in the Workplace in 2006.



Tre ambientazioni
degli interni
del complesso

“Nevskij City” a San Pietroburgo

“Nevskij City”: un nome che diventerà presto sinonimo di shopping, relax, benessere, ma anche di alti standard di servizio, funzionalità, tecnologia avanzata. Un progetto straordinario e unico nel suo genere: un complesso di edifici strutturalmente spettacolari, costruiti secondo le più moderne tecnologie e in perfetta sintonia con l'ambiente.

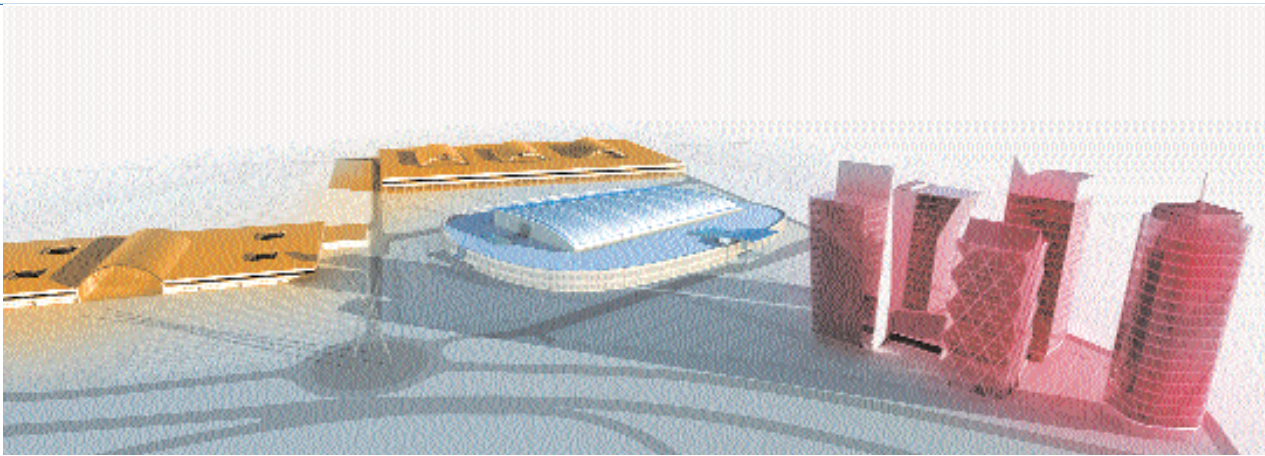
Lo scorso 23 ottobre il progetto è stato presentato alle Autorità locali e alla stampa qualificata di San Pietroburgo, ottenendo un ampio consenso e valutazione molto positive.

Il progetto è stato poi illustrato al MAPIC di Cannes, alla metà di novembre.

“Nevskij City” nasce a San Pietroburgo, una delle grandi capitali europee, ricchissima di bellezze architettoniche e di una cultura che si respira in ogni via e che non può non affascinare. Una capitale della Russia a tutti gli effetti per il ruolo fondamentale assunto nel panorama economico e finanziario internazionale, per la sua posizione strategica rispetto al resto dell'Europa e per l'importanza sempre crescente che sta assumendo nel mondo del business in



Un palazzo storico di San Pietroburgo...



...e il rendering del complesso futuro

generale. Negli ultimi anni la sua posizione geografica è andata assumendo un'importanza sempre maggiore, poiché rappresenta l'unico confine diretto con l'Unione Europea e perché – per quanto riguarda le infrastrutture – costituisce il centro nevralgico del raccordo autostradale – attualmente in costruzione – che collegherà l'arteria della Finlandia (a nord) con quella di Mosca (a sud).

“Nevskij City” è posizionata in corrispondenza dello svincolo per Helsinki e in prossimità della zona residenziale di San Pietroburgo: dati che fanno stimare in circa 22 milioni il numero di visitatori e fruitori annui dell'intera struttura.

“Nevskij City” porta la firma del Gruppo Margheri, ideatore e attualmente realizzatore di Nevskij Colosseum, uno dei progetti previsti per questa città fuori dal centro abitato. Nevskij Colosseum è il nome di un futuristico Factory Fashion Outlet ed Entertainment Center: un'idea tutta italiana, per esportare il gusto e lo sti-

le del nostro Paese, il Made in Italy famoso e celebrato in tutto il mondo.

“Nevskij City” è un progetto ambizioso: si parla di un volume totale di investimento pari a 350 milioni di euro di cui 150 destinati alla realizzazione del Nevskij Colosseum.

Molteplici sono le carte vincenti di “Nevskij City”: la facilità di accesso dalla città e dalle principali arterie autostradali, la presenza di strutture dotate delle più moderne tecnologie e di ogni comfort, i grandi parcheggi – in grado di ospitare fino a 10 mila autovetture. E ancora: l'accorpamento in un unico polo di strutture dedicate al lavoro, al relax e allo shopping.

Con i suoi 400 mila metri quadri di superficie totale e grazie alla presenza di una serie diversificata di attività economiche e commerciali, “Nevskij City” si propone come un possibile motore per l'economia della zona. Al completamento, previsto per il 2011, impiegherà oltre 2.500 lavoratori locali.

***Le news del mercato immobiliare
tutti i giorni, online, sul sito***



News dalle Ladies di AREL

20 NOVEMBRE 2007: LA PRIMA ASSEMBLEA GENERALE

Si è svolta a Milano il 20 novembre 2007 la prima Assemblea Generale dell'Associazione Real Estate Ladies-AREL, che ha eletto il nuovo Consiglio Direttivo.

Eccone la composizione nella pagina a fianco:

L'Assemblea – che ha avuto luogo nella “Sala Turismo” di Palazzo Castiglioni, sede del-

l'Unione Commercianti, gentilmente offerta da FIMAA Milano – nelle persone di Lionella Maggi, Presidente, e di Beatrice Zanolini, Segretario Generale dell'associazione, che qui ancora si ringrazia - ha approvato per acclamazione l'operato del Consiglio Direttivo uscente (con l'asterisco, le Consigliere riconfermate nella carica).

Il Consiglio Direttivo, appena eletto, si è autoconvocato esprimendo all'unanimità le cariche esecutive evidenziate.



Il nuovo Consiglio Direttivo dell'Associazione delle Ladies



Il sorriso di Cristina Suma (a destra)



e di Paola Ricciardi (a destra), alla notizia dell'elezione...

IL CONSIGLIO DIRETTIVO

BENEDETTA AMISANO	<i>Carnelutti Studio Legale (Vicepresidente)</i>
MIRJA CARTIA D'ASERO	<i>Lehman Brothers</i>
VALENTINA DELLI SANTI	<i>Studio Legale Delli Santi & Partners</i>
NATASCHA JEUCK	<i>Iemme Europa</i>
PAOLA G. LUNGHINI	<i>Economia Immobiliare (Tesoriere)</i>
CRISTINA MARTORANA	<i>Clifford Chance</i>
MARZIA MORENA	<i>Politecnico di Milano - Dipartimento BEST</i>
LAURA PIANTANIDA	<i>Reddy's Group (Segretario Generale)</i>
BARBARA POLITO	<i>Carlyle Group - Europe Real Estate (Presidente)</i>
PAOLA RICCIARDI	<i>REAG</i>
SILVIA SERTORIO	<i>Gruppo Statuto</i>
SABRINA SUMA	<i>Garretti Associati</i>
FRANCESCA ZIRNESTEIN	<i>Scenari Immobiliari</i>



Un momento dei lavori



...e il sorriso di Francesca Zirnstein (al centro)

Ringraziamenti, ancora, a Lionella Maggi, che gentilmente ha svolto il ruolo di Presidente del Seggio; e Benedetta Viganò (Giorgio Viganò Consulenti Immobiliari), e Adriana Sala Campagnoli (Il Sasso), che hanno prestato la loro opera come scrutatrici.

Ringraziamenti a Elisabetta Abriani (Carlyle), che ha curato la parte “tecnica” (grafica e di allestimento floreale) della sede dei lavori, trasformando il grande corridoio antistante alla Sala in una sorta di coreografico “giardino d’ inverno”.

Ringraziamenti alla famosa società Venchi (cioccolato dal 1878) che – nella persona del Presidente Gian Battista Mantelli - ha gentilmente offerto una generosissima quantità dei suoi squisiti cioccolatini.

Ringraziamenti alla banca Eurohypo che, nella persona del MD Fabio Bandirali, gentilmente ha fatto omaggio dei suoi simpatici (e sempre utili anche per chi non fuma) accendini.

Ringraziamenti a Sara Rivoltella, di GeFi, che ha portato alla Ladies il saluto e gli auguri di Antonio Intiglietta (Presidente di GeFi, la società organizzatrice del Salone Expo Italia Real Estate, che si svolgerà dal 10 al 13 giugno 2008 a Milano).

Auguri di Buon Lavoro a tutto il Consiglio

Direttivo (che resterà in carica tre anni, a partire dal 1 gennaio 2008) e in particolare alle Consigliere “nuove”: Valentina Delli Santi, Cristina Martorana, Silvia Sertorio, Sabrina Suma e Francesca Zirnstein.

Auguri anche alle Candidate non elette: Lia-la Baiardi e Maria Luisa Del Gatto (Politecnico di Milano), Paola Jannelli (Pirelli RE), Isabella Barchi (SGC-Archon Group), Graziella Lucini (Gabetti Property Solutions Agency), Ilaria Meani (Meani Real Estate Business), Cristina Cutrona (Revalue), Antonella Mantica (Progetto CMR) e Katri Gelati (Studio Legale e Tributario Jenny& Partners). La loro disponibilità è stata molto apprezzata, e il nuovo Consiglio Direttivo saprà sicuramente ben coinvolgerle nella futura vita dell’Associazione.

Un ringraziamento anche alle Consigliere uscenti Rita Fiori (CNCC), Alexandra Lopes (ProLogis), Patrizia Ludi (Centro Estero), e Daniela Percoco (Nomisma), le quali per motivi professionali hanno scelto di non ricandidarsi.

27 SETTEMBRE 2007: IL PREMIO EPIC

Durante la Cena di Gala di EPIC, che ha avuto luogo a Roma il 27 settembre, l’ Associa-

zione delle Ladies ha ricevuto l'“EPIC Special Award” (si veda l'articolo a pag. 000).

19 LUGLIO 2007: LA FESTA PER IL PRIMO “COMPLEANNO”

Oltre un centinaio di associate sono salite, la sera del 19 luglio, alla splendida terrazza al settimo piano di Meliorbanca – in via Borromei, nel cuore di Milano – per partecipare al Party per il primo di compleanno di AREL: che era stata fondata, appunto, il 19 luglio del 2006.

Oltre un centinaio, tra cui molte “nuove”. E diverse erano accompagnate da colleghe aspiranti Socie, portando così il totale delle Ladies a circa 120. C'erano anche tre invitate particolarmente gradite: Manuela Agostini, il notaio che un anno fa stipulò l'atto di costituzione dell'Associazione, Luisa Toeschi, “anima” della milanese AIM- Associazione per gli Interessi Metropolitani, e Stefania Peveraro, giornalista di Milano Finanza.

Al loro arrivo, le signore venivano accolte da aperitivi e cock-tail appositamente miscelati da una giovane e simpaticissima – oltre che brava e gentile – bartender, nella Bouvette appositamente allestita da Campari. Il grande Gruppo infatti (che è stato il primo “sponsor esterno” al real estate nella storia di AREL) aveva messo a disposizione TUTTO



Il cocktail Party delle Ladies durante EPIC a Roma

il beverage: i welcome drinks, i vini, e gli spumanti, etc. Un gesto molto generoso, e un “tocco” prezioso che è stato grandemente apprezzato.

Al crepuscolo il Roof Garden si affollava, e l'Amministratore Delegato di Meliorbanca, Massimiliano Naef (puntualmente presente alle 19.30) lasciava la Festa, lasciando le Ladies ad animatamente conversare, ad ammirare lo skyline del centro città, e a godere dei “giochi d'acqua” della terrazza: che da un lato offre la grande fontana e lungo tutto il perimetro è decorata con alberi e siepi. Ma ciò che maggiormente attirava l'atten-



Benedetta Amisano e Barbara Polito al termine dell'assemblea AREL.



Valentina Delli Santi (al centro) è ...presente!

zione, vista l'ora, era il tavolo del Buffet (sito nell'elegante "Gazebo" della terrazza) dove, tra vasi di gerbere rosse, erano esposte in bell'ordine infinite squisitezze. Le Ladies procedevano dunque, e giustamente, a una completa distruzione di quel ben d'Iddio, in attesa del momento clou della festa: il taglio della Torta "AREL", decorata con fragole, farcita con crema chantilly di fragole e lamponi, decorata al centro con il logo dell'Associazione, e che portava anche una doverosa unica candelina. A spegnerla, Barbara Polito, Presidente di AREL: con gioiosa soddi-

sfazione, come la foto in pagina sta a dimostrare. Dopo un solo anno di vita, infatti, le AREL Ladies sono 207, e sono moltissime coloro che hanno ricevuto da Barbara i ringraziamenti per l'attività sin qui svolta. Per chi lasciava il prestigioso Roof Garden, c'è era ancora una sorpresa. All'uscita dalla Banca, infatti, le hostess distribuivano alle signore gli shopper rossi che erano stati preparati per l'occasione, e che contenevano i seguenti omaggi: La bellissima rivista "Campari International", dello Sponsor Campari; la altrettanto bella rivista "Villae International", di EREN (che significa Benedetta Viganò); "Economia Immobiliare" N° 33 appena uscita dalla tipografia e offerta quindi in assoluta anteprima; il CD "Scent" con le canzoni cantate da Bea Zanolini (l'iniziativa è stata realizzata a favore della ONLUS Gol De Letra, per l'assistenza a bambini in Brasile. Un contributo sarà Benvenuto!); uno shopper rosso, omaggio di Meani RE); il delizioso volumetto "I Navigli nelle immagini dei milanesi", edito e offerto dal Gruppo Statuto; il booklet Goodman; le palline da golf di Sigest; il cappellino di REAG; le matite di Clifford Chance e di Carlyle; e le penne dello Studio Maggi.

Attenzione: l'omaggio veniva dato solo alle



La "festa di compleanno". In primo piano Maria Raffaella Bertoli, di Europa Risorse



Ladies intervenute al Party, non anche ai signori uomini che... sia pure in ridotto numero (una trentina) erano stati presenti. AREL, infatti, aveva invitato i rappresentanti degli Sponsor (Atisreal, Clifford Chance, Lehman Brother, Pirelli RE, e The Carlyle Group), e alcuni altri esponenti della Community.

Gli auguri all'Associazione li hanno perciò formulati, tra gli altri, anche Leo Civelli e Roberto Busso (REAG); Roberto Nicosia ed Emanuele Dubini (Atisreal); Luca Malighetti (Carlyle); Lorenzo Barbagli (Pirelli RE Property); Alberto M. Lunghini (Reddy's Group); Andrea Ciaramella (Politecnico di Milano); Giovanni Zavagli (Presidente AICI); Andrea Miglio (BNL Fondi Immobiliari); Francesco Versaci (STLT Studio Legale); Stefano Micheli (Risanamento); Luciano Manfredi (Generali Properties); l'Arch. Arnaboldi; Giorgio Viganò; e Guglielmo Pelliccioli (Quotidiano Immobiliare), giunto con tanto di cameraman.

Tra applausi e sorrisi, le "ultime irriducibili" (ancora invero numerosissime) "tiravano" le undici di sera. Il tempo, in questi casi, passa davvero troppo in fretta: non spetta agli organizzatori dirlo...ma...è stata davvero una bellissima Festa di compleanno!!!

Siamo in fondo alla cronaca: un vivissimo ringraziamento va anche al BlackBerry, senza il quale la Festa non sarebbe stata possibile.

I dettagli per il montaggio di un evento solo apparentemente semplice sono una vera infinità; e le decisioni sono state condivise quasi in tempo reale.



Barbara Polito, durante la "festa di compleanno"

In ripetuta assenza da Milano di alcune di noi, e soprattutto di Barbara – quasi sempre in "missione" – tutto o quasi, dunque, è stato organizzato per BlackBerry!!!

(PGL)

***Le news del mercato immobiliare
tutti i giorni, online, sul sito***



IL VERDE A MILANO

Parchi, giardini, alberate, sistemi verdi
della città e del suo territorio dal Cinquecento a oggi



**Abitare
Segesta
Cataloghi**

 **AIM** Associazione
Interessi
Metropolitani

a cura di
**Aldo Castellano
Giulio Crespi
Luisa Toeschi**